



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**SENADA**  
INDONESIA COMPETITIVENESS PROGRAM

**RENCANA BISNIS**  
**PUSAT DESAIN INTERNASIONAL**  
**INDONESIA (*INDONESIAN***  
***INTERNATIONAL DESIGN CENTER – IIDC*)**  
**RANTAI NILAI PERLENGKAPAN RUMAH (HOME FURNISHING)**

**JULI 2008**

LAPORAN INI DIBUAT UNTUK DITELAAH OLEH THE UNITED STATES AGENCY FOR INTERNATIONAL DEVELOPMENT. LAPORAN INI DISUSUN OLEH **DAI**.



RENCANA BISNIS  
PUSAT DESAIN  
INTERNASIONAL INDONESIA  
(*INDONESIAN INTERNATIONAL  
DESIGN CENTER - IIDC*)

RANTAI NILAI PERLENGKAPAN RUMAH  
(HOME FURNISHING)

**PERNYATAAN**

PENDAPAT PENULIS YANG DINYATAKAN DALAM PUBLIKASI INI TIDAK MENCERMINKAN PENDAPAT *THE UNITED STATES AGENCY FOR INTERNATIONAL DEVELOPMENT* ATAU PEMERINTAH AMERIKA SERIKAT.

# DAFTAR ISI

---

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>I</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>II</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>III</b>
<b>1. LATAR BELAKANG PROYEK</b> .....	<b>1</b>
1.1. Apa Yang Dimaksud Dengan Desain? .....	1
1.2. Mengapa Desain Menjadi Penting? .....	2
1.3. Peran Pusat Desain .....	4
<b>2. METODOLOGI RENCANA BISNIS</b> .....	<b>7</b>
<b>3. PASAR UNTUK JASA DESAIN</b> .....	<b>8</b>
3.1. Pasar Langsung.....	9
3.1.1. Universitas Dalam Negeri .....	9
3.1.2. Universitas-Universitas Luar Negeri.....	10
3.1.3. Mahasiswa Dalam dan Luar Negeri.....	11
3.1.4. Desainer .....	12
3.2. Pasar Langsung.....	12
3.2.1. Produsen .....	12
3.2.2. Asosiasi Industri .....	13
3.2.3. Pusat-Pusat Desain Lain.....	13
3.2.4. Pemerintah daerah, desainer, dan pengusaha .....	14
3.3. Pasar Jangka Panjang.....	15
3.3.1. Pembeli.....	15
3.3.2. Badan-badan internasional .....	15
<b>4. PERSPEKTIF HUKUM</b> .....	<b>16</b>
4.1. Karakteristik Hukum Yayasan .....	16
4.2. Persyaratan Hukum dan Pendirian Yayasan .....	17
<b>5. LOKASI, PRASARANA, DAN ASET FISIK</b> .....	<b>18</b>
<b>6. RENCANA OPERASIONAL</b> .....	<b>20</b>
6.1. Struktur Organisasi .....	20
6.1.1. Dewan Pembina.....	20
6.1.2. Dewan Pengawas.....	21
6.1.3. Dewan Pengurus.....	21
6.2. Program-program dan Jasa.....	23
<b>7. RENCANA KEUANGAN</b> .....	<b>32</b>
7.1. Penjelasan tentang Asumsi-Asumsi Kunci.....	32
7.2. Laporan Laba Rugi Pro-Forma.....	37
7.3. Analisis Arus Kas dan Investasi.....	44

## DAFTAR TABEL

---

Tabel 1.	Indeks-Indeks Kreativitas Negara-Negara di Eropa dan Amerika Serikat .....	3
Tabel 2.	Produk Domestik Bruto Negara-Negara di Eropa dan Amerika Serikat . .....	3
Tabel 3.	Rencana Operasional Terperinci IIDC untuk Tahun Pertama .....	26
Tabel 4.	Proposisi Nilai Pelanggan .....	28
Tabel 5.	Asumsi tentang Kelas Pelatihan dan Kreativitas Desain untuk Tahun Pertama .....	32
Tabel 6.	Asumsi tentang Lokakarya untuk Tahun Pertama .....	33
Tabel 7.	Asumsi tentang Seminar untuk Tahun Pertama .....	33
Tabel 8.	Asumsi tentang Publikasi IIDC untuk Tahun Pertama .....	34
Tabel 9.	Asumsi tentang Pameran untuk Tahun Pertama .....	34
Tabel 10.	Biaya Jasa yang Diserahkan untuk Program-Program IIDC .....	35
Tabel 11.	Biaya Awal IIDC .....	36
Tabel 12.	Asumsi tentang Aset tetap IIDC.....	36
Tabel 13.	Proyeksi Laporan Rugi Laba untuk Tahun Pertama Kegiatan Operasi (September-Desember 2008) .....	38
Tabel 14.	Proyeksi Laporan Rugi Laba untuk Tahun Pertama Kegiatan Operasi (Januari-Agustus 2009) .....	40
Tabel 15.	Proyeksi Laporan Rugi Laba Tahunan .....	42
Tabel 16.	Laporan Estimasi Arus Kas Bulanan untuk Tahun Pertama Kegiatan Operasi (September-Desember 2008).....	44
Tabel 17.	Laporan Estimasi Arus Kas untuk Tahun Pertama Kegiatan Operasi (Januari-Agustus 2009) .....	46
Tabel 18.	Laporan Arus Kas Tahunan .....	48
Tabel 19.	Rencana Pelaksanaan .....	49

## DAFTAR GAMBAR

---

Gambar 1. Sifat Desain .....	1
Gambar 2. Terobosan untuk mencapai Daya Saing melalui Prevalensi IIDC .....	6
Gambar 3. Perspektif <i>Balanced Scorecard (BSC)</i> .....	7
Gambar 4. Struktur Organisasi IIDC.....	23
Gambar 5. Matriks Peluang Pengembangan Bisnis .....	29
Gambar 6. Analisis Lima-Kekuatan dari Porter .....	30

# 1. LATAR BELAKANG PROYEK

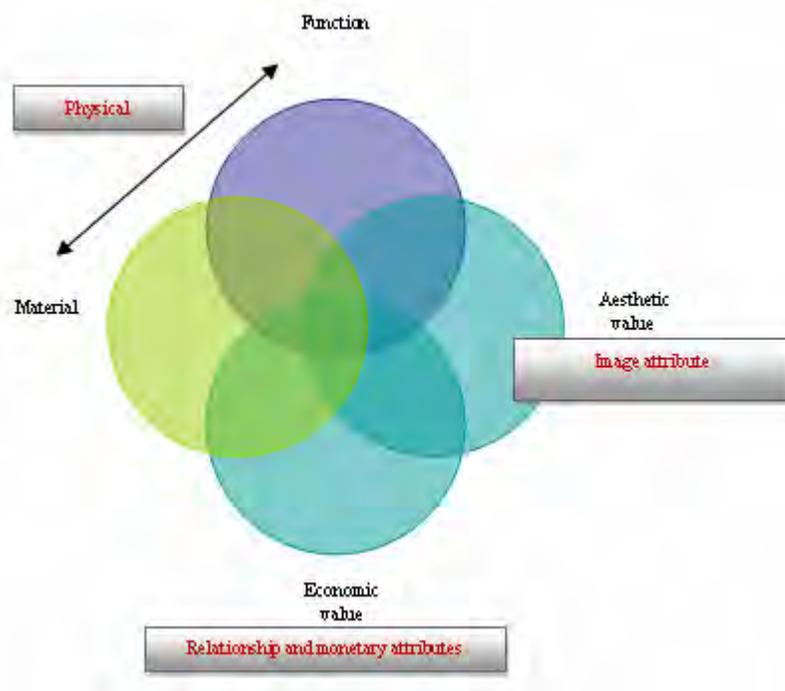
---

## 1.1. APA YANG DIMAKSUD DENGAN DESAIN?

Desain dapat didefinisikan sebagai suatu proses menggagas dan mengembangkan suatu rencana untuk sebuah produk, struktur, sistem atau komponen. Dalam pengertian yang paling luas, desain dapat diterapkan pada berbagai bidang seperti fashion, arsitektur dan teknik. Lebih tepatnya, kita dapat membuat desain untuk setiap kegiatan manusia yang mencakup usaha kreatif. Melalui desain, manusia berupaya untuk membuat peralatan, perlengkapan dan instrumen pendukung sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan bernalar guna menciptakan kehidupan yang lebih nyaman.

Desain terdiri atas empat hal pokok, yaitu: bahan, fungsi, serta nilai ekonomis, dan estetika. Suatu desain yang memenuhi keempat hal pokok tersebut menentukan kualitas suatu produk dan daya saing dengan produk serupa di pasar. Desain biasanya memerlukan seorang desainer untuk mempertimbangkan aspek-aspek estetika, fungsional dan aspek-aspek lainnya dari suatu objek atau suatu proses, yang biasanya memerlukan riset, pemikiran, pembuatan model, penyesuaian interaktif dan perancangan ulang.

Gambar 1. Sifat Desain



Sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar 1, pada dasarnya desain terdiri atas empat unsur penting, yaitu: (1) bahan, (2) fungsi, (3) nilai estetika, dan (4) nilai ekonomis. Kemudian kita dapat menggolongkan unsur-unsur tersebut menjadi atribut berdasarkan strategi pemasaran. Dengan demikian, bahan dan fungsi bersama-sama membentuk atribut fisik; nilai estetika

mewakili atribut citra, sementara itu nilai ekonomis diterjemahkan sebagai atribut hubungan dan keuangan.

## 1.2. MENGAPA DESAIN MENJADI PENTING?

Untuk memahami tren desain asesoris rumah tangga yang sedang berkembang di Indonesia, pernyataan berikut ini dari Ton Has, seorang desainer asesoris rumah tangga, akan memberikan suatu pemahaman berharga tentang masalah tersebut:

*Minat terhadap seniman lokal di tahun 1990-an telah berlalu, dan kenyataan itu menimbulkan kesulitan lebih besar bagi negara-negara berkembang. Karya tradisional dari Indonesia hanya diminati oleh pangsa pasar yang sangat kecil. ....pasar untuk karya-karya yang sangat etnis telah hilang. Desain telah menjadi sesuatu yang global – dengan unsur yang mendunia dan berpadu. Asal-usul produk menjadi kurang penting karena orang kini lebih mementingkan desain dan tren.*

Komunitas industri asesoris rumah tangga dan industri kreatif lainnya di Indonesia belum menyadari pentingnya desain, terutama diantara pengusaha tingkat bawah dan menengah. Secara umum, pengusaha tingkat bawah dan menengah belum memiliki kemampuan desain yang baik karena terbatasnya pemahaman dan pengetahuan teknis seperti estetika, teknologi produksi, tren pasar, dll. Mereka cenderung membuat produk berdasarkan pesanan, desain atau hanya dengan mencontoh materi-materi yang telah disiapkan oleh pelanggan. Situasi ini telah menyebabkan lemahnya posisi tawar produk-produk pengusaha tingkat bawah dan menengah Indonesia dibandingkan dengan produk-produk lainnya yang dibuat di negara-negara lain.

Di sebagian wilayah Indonesia, terutama di mana pembuatan kerajinan tangan merupakan sumber pendapatan yang penting bagi masyarakatnya, keadaan setempat seperti keterampilan, kreativitas dan bahan-bahan dapat diakses bersama-sama, tetapi kapasitas untuk merancang produk yang sesuai untuk pasar tidak tersedia. Di sisi lain, di Eropa dan Amerika, di mana sebagian besar produk tersebut dapat dipasarkan, walaupun perusahaan-perusahaan mempunyai akses terhadap kapasitas untuk merancang produk bagi pasar mereka, tidak terdapat pemahaman tentang potensi Indonesia sebagai sumber produk-produk kerajinan tangan yang berkualitas dan sumber bahan-bahan alami yang berkelanjutan. Dengan demikian, walaupun kesenjangan kapasitas dan pengetahuan tersebut dijumpai, potensi ekonomi dan bisnis serta kesempatan kerja yang dapat mereka berikan tidak akan pernah terwujud sepenuhnya.

Untuk menunjukkan pentingnya peran desain, kami mencoba untuk menghubungkan desain dengan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pada dasarnya desain dihasilkan dari atau merupakan suatu produk kreativitas sementara kreativitas itu sendiri dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan bentuk-bentuk baru yang berharga (Florida 2002). Perkembangan ekonomi dan ekonomi baru didorong oleh kelompok kreatif. Kreativitas teknologi dan ekonomi didorong oleh kreativitas artistik dan budaya. Selanjutnya, ekonomi diyakini akan berkembang dari sistem yang terpusat pada perusahaan menjadi mekanisme yang lebih digerakkan oleh manusia. Manusia yang kreatif adalah kelompok yang menetapkan

norma, yaitu mereka yang mendefinisikan identitas mereka sendiri alih-alih mengidentifikasi diri mereka dengan organisasi, kelompok atau bahkan keluarga tertentu.

Untuk menggambarkan hubungan antara tingkat kreativitas dan kesejahteraan ekonomi suatu negara, kami akan menampilkan Indeks-Indeks Kreativitas dari negara-negara di Eropa dan Amerika Serikat yang mengukur tingkat kreativitas dan PDB masing-masing negara yang menjadi ukuran kesejahteraan negara tersebut.

**Tabel 1. Indeks-Indeks Kreativitas dari Negara-Negara di Eropa dan Amerika Serikat**

Urutan	Negara	Indeks
1.	Swedia	0,81
2.	Amerika Serikat	0,73
3.	Finlandia	0,72
4.	Belanda	0,67
5.	Denmark	0,58
6.	Jerman	0,57
7.	Belgia	0,52 (tie)
8.	Inggris	0,52 (tie)
9.	Perancis	0,46
10.	Austria	0,39
11.	Irlandia	0,37 (tie)
12.	Spanyol	0,37 (tie)
13.	Italia	0,34
14.	Yunani	0,31
15.	Portugis	0,19

Sumber: Richard Florida dan Irene Tinagli, *Europe in the Creative Age* (Eropa dalam Zaman Kreatif).

Data diperoleh dari berbagai tahun pada periode tahun 1997-2000

**Tabel 2. Produk Domestik Bruto dari Negara-Negara di Eropa dan Amerika Serikat**

Urutan	Negara	PDB (dalam USD juta)
1.	Amerika Serikat	8.230.397
2.	Jerman	2.134.205
3.	Perancis	1.426.967
4.	Inggris	1.357.197
5.	Italia	1.171.865

Urutan	Negara	PDB (dalam USD juta)
6.	Spanyol	553.230
7.	Belanda	381.819
8.	Belgia	248.184
9.	Swedia	226.492
10.	Austria	211.858
11.	Denmark	174.870
12.	Finlandia	123.502
13.	Yunani	120.724
14.	Portugis	106.697
15.	Irlandia	81.949

Sumber: Indikator Perkembangan Dunia 2000, Bank Dunia

Fakta-fakta di atas menunjukkan bahwa negara-negara yang menikmati PDB yang tinggi mempunyai indeks kreativitas yang tinggi pula. Berdasarkan perspektif di atas, jelas bahwa dalam arena global saat ini, kontribusi kreativitas dalam meningkatkan kinerja ekonomi suatu negara menjadi lebih signifikan. Dengan demikian, Indonesia harus mampu meningkatkan kreativitas penduduknya apabila ingin memenangkan persaingan dengan negara-negara lainnya. Indonesia harus memanfaatkan kreativitas sebagai suatu sumber daya keunggulan kompetitif. Pada bagian selanjutnya dari rencana bisnis ini, kita akan memfokuskan pembahasan kita pada aspek-aspek desain dalam industri asesoris rumah tangga, terutama di Indonesia.

### 1.3. PERAN PUSAT DESAIN

Terdapat berbagai pusat desain, baik yang bergaya Indonesia maupun internasional ; perbedaannya terletak pada cakupannya yang lebih spesifik, baik cakupan regional atau jenis cakupan desain produk. Guna meraih peluang yang tersedia dalam pasar asesoris rumah tangga yang besar di tingkat global dan domestik, Warwick Purser, bersama-sama dengan Biranul Anas Zaman dari Institut Teknologi Bandung dan Soeprpto Soedjono dari Institut Seni Indonesia bermaksud mendirikan suatu pusat desain di Tembi yang akan memfasilitasi sosialisasi informasi dan pengetahuan dan pengembangan kapasitas untuk mengembangkan produk-produk yang sesuai untuk pasar, dan yang akan memberikan manfaat dan melibatkan pihak-pihak dari sisi produksi serta pasar dalam industri yang terlibat. Pusat desain ini akan diberi nama Pusat Desain Internasional Indonesia (*Indonesian International Design Center - IIDC*).

Gagasan pokok yang dikembangkan di sini adalah bahwa pengusaha dalam negeri, terutama mereka yang memproduksi dan memasarkan kerajinan dan asesoris rumah tangga, tidak mempunyai keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pedagang luar negeri. Menurut para analis, hilangnya daya saing disebabkan oleh beberapa faktor seperti: (1) ketiadaan informasi dan pengetahuan tentang desain yang dominan, (2) ketiadaan akses ke pasar internasional, (3)

standar kualitas produk yang tidak konsisten, dan (4) penyebab lain. Diantara faktor-faktor yang disebutkan di atas, ketiadaan pengetahuan tentang desain kontemporer berperan paling besar dalam menentukan posisi yang tidak kompetitif tersebut. Keadaan ini sangat disayangkan, mengingat bahwa Indonesia pada dasarnya kaya akan bahan-bahan berkelanjutan yang dapat dieksplorasi untuk menghasilkan produk ramah lingkungan yang unggul karena produk-produk semacam itulah yang lebih disukai oleh pelanggan luar negeri.

Pada dasarnya, desain dan pasar merupakan kombinasi yang rumit dalam perspektif Indonesia. Sebagaimana diakui oleh para pelaku industri, pasar dewasa ini sangat menuntut produk dan proses produksi berkelanjutan. Banyak produsen yang memiliki desain produk yang baik, tetapi tidak dapat memberikan produk berkelanjutan. Di sisi lain, beberapa produsen telah menciptakan dan menjual produk berkelanjutan, tetapi sayangnya tidak diimbangi dengan desain yang baik. Oleh sebab itu, produsen domestik dan negara itu sendiri perlu membuat definisi ulang tentang desain yang didorong oleh pasar dan mempersiapkan desainer generasi berikutnya untuk diperlengkapi dengan keterampilan pengaturan dan analisis desain yang unggul. Latar belakang ini menimbulkan gagasan untuk mendirikan IIDC.

IIDC merupakan suatu pusat pembelajaran dan kerjasama kreativitas yang memainkan peran penting dalam meningkatkan kompetensi Indonesia dalam desain kreatif. Tidak seperti pusat desain konvensional yang biasanya memberikan jasa pembuatan desain bagi pelanggan dan melakukan pekerjaan konsultasi desain sebagai sumber penghasilan, IIDC akan difokuskan pada pendidikan desain sehubungan dengan pembudidayaan dan penanaman pola pikir kreatif dan inovatif di Indonesia pada saat ini dan di masa depan. Dengan demikian, IIDC akan menekankan pada pemberdayaan perajin lokal, mahasiswa desain, pelaku industri, dan pemangku kepentingan lainnya dalam industri desain. Dengan demikian, IIDC akan berfungsi sebagai pusat dan fasilitator bagi semua pihak yang terkait dengan pertukaran gagasan, pengalaman dan tren yang sedang berkembang dalam industri. Sebagai titik awal, IIDC akan memulai dengan pendidikan desain untuk produk-produk asesoris rumah tangga. Di masa depan, IIDC akan mengembangkan diri ke domain desain yang lebih luas, seperti desain gratis, desain produksi, desain seni, desain interior, dll.

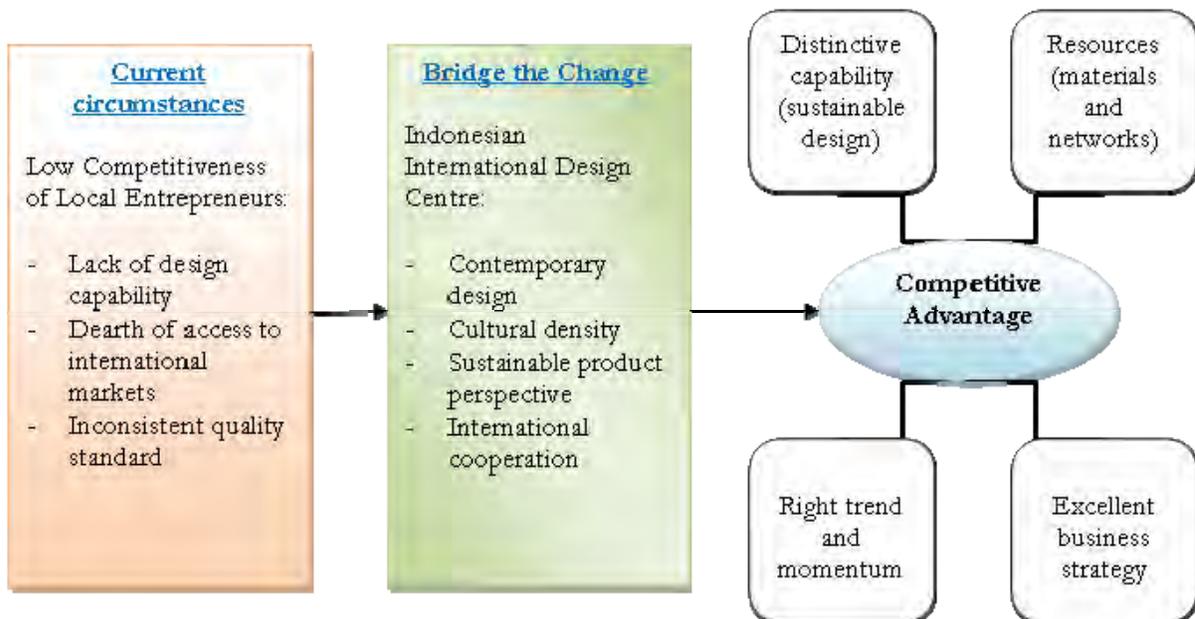
IIDC mempunyai suatu visi untuk mengarahkan desainer dan industri desain Indonesia mencapai posisi terbaik di Asia pada tahun 2013. Guna mencapai visi tersebut, diungkapkan beberapa misi IIDC yang dapat diuraikan menjadi poin-poin berikut ini:

- *Mendayagunakan daya saing produsen asesoris rumah setempat dalam bidang desain sehingga mereka akan mampu bersaing dengan pesaing internasional dalam cakupan nasional dan internasional.*
- *Meningkatkan kesadaran tentang desain dan tren global guna meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan produsen lokal Indonesia.*
- *Meningkatkan kualitas sumber daya yang diperlukan dalam penguasaan dan kecakapan teknik dalam bidang desain.*
- *Menggali dan meningkatkan kekayaan budaya bangsa sebagai sumber desain kreatif.*
- *Meningkatkan produksi berkelanjutan berwawasan lingkungan melalui pendidikan desain yang menghargai dan menjaga kelestarian sumber daya alam.*

- *Menyeimbangkan tekanan dalam hal desain yang datang dari negara-negara maju dan dampak negatif globalisasi, dan mengantisipasi pertumbuhan desain yang cepat dan daya saing internasional yang kuat.*

Gambar berikut ini menguraikan bagaimana IIDC dapat menjembatani perubahan dan meningkatkan daya saing bangsa.

**Gambar 2. Terobosan untuk mencapai daya saing melalui Prevalensi IIDC**



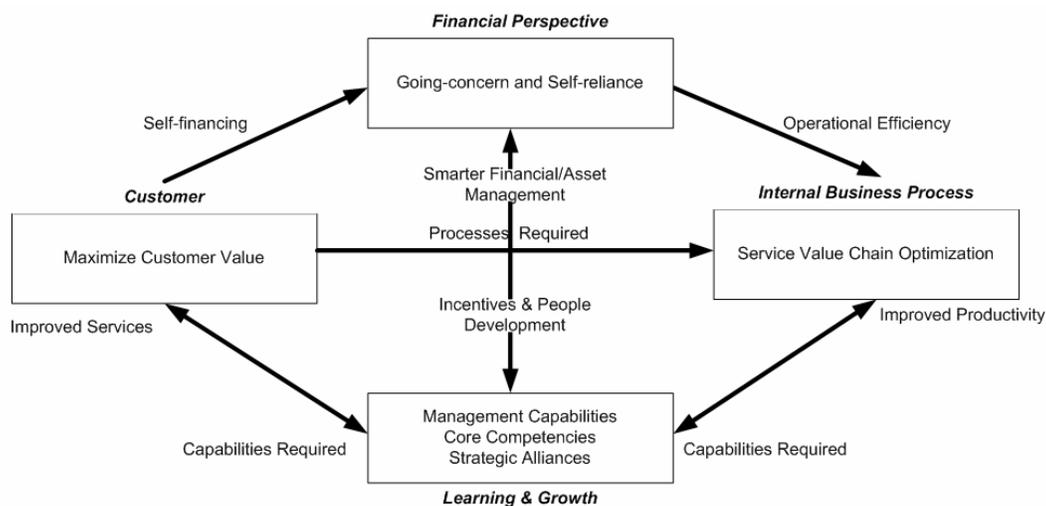
## 2. METODOLOGI RENCANA BISNIS

---

Untuk menjalankan rencana bisnis IIDC, dilaksanakan metodologi sebagai berikut:

- *Usulan gagasan tentang pembentukan IIDC sebagai suatu pusat pendidikan desain berstandar internasional di Indonesia.*
- *Riset awal untuk memperoleh informasi penting tentang rencana bisnis.*
  - Riset tentang pusat pendidikan desain.
  - Diskusi dan wawancara kelompok fokus dengan pemangku kepentingan terkait. Kami telah mengidentifikasi pasar dan pemangku kepentingan potensial yang berkaitan dengan pelaksanaan proyek:
    - Dewan Pendiri.
    - Universitas dan Institut yang ikut serta.
    - Praktisi Hukum.
    - Produsen Mebel.
    - Asosiasi.
    - Pemerintah Yogyakarta.
    - Departemen Industri, Perdagangan dan Koperasi.
    - Pembeli Internasional dan Domestik.
  - Riset pasar.
  - Riset industri asesoris rumah tangga untuk mendapatkan fakta dan tren guna memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang industri tersebut.
- *Pengembangan rencana bisnis yang akan didasarkan pada Pendekatan Balanced Scorecard (BSC).* Berdasarkan model *Balanced Scorecard*, kita dapat melihat IIDC dari empat perspektif seperti di bawah ini.

**Gambar 3. Perspektif *Balanced Scorecard* (BSC)**



- *Pelaksanaan rencana bisnis.*

### 3. PASAR UNTUK JASA DESAIN

---

Keberhasilan industri kerajinan tangan Indonesia di masa lalu didukung oleh rendahnya daya saing internasional dan keberhasilan industri pariwisata yang menarik perhatian para pembeli. Pembeli-pembeli tersebut ingin mengunjungi Bali dan Jawa dan bersedia untuk melakukan upaya menghadapi ketidaknyamanan akibat jarak, hambatan bahasa dan rendahnya produktivitas Indonesia. Karena para pembeli datang membawa pesanan ke Indonesia, maka industri tidak perlu mencari pembeli atau berpikir tentang pengguna akhir produk mereka, sehingga tidak pernah menggali atau berhubungan dengan data mentah, seperti informasi yang terkait dengan desain dan pasar.

Dalam prosesnya, keadaan membuat para pelaku industri kerajinan tangan berpuas diri dan mengadopsi suatu model bisnis pemasaran pasif. Sayangnya, model bisnis ini juga tidak mengharuskan mereka untuk menguasai berbagai keterampilan yang diperlukan dewasa ini untuk menanggapi kondisi persaingan yang berubah secara konstan, sehingga menempatkan industri kerajinan tangan Indonesia pada kelemahan kompetitif.

Guna mendukung dan membantu industri memenuhi kebutuhan akan akses terhadap informasi pasar ekspor dan tren desain, dibentuklah IIDC. Semua pemangku kepentingan dalam industri, termasuk produsen, eksportir, pembeli dan penyedia jasa akan dapat memanfaatkan potensi desain tradisional Indonesia yang besar dan berkesinambungan serta meningkatkan kesadaran akan tren desain internasional. Dengan mendayagunakan mahasiswa, desainer dan industri pembuat untuk menyadari pentingnya desain, IIDC akan mampu mendorong keunggulan kompetitif pabrik lokal dalam pasar global.

Calon pelanggan untuk jasa yang disediakan oleh IIDC dapat dikategorikan menjadi tiga target utama, yaitu:

- *Pasar Langsung:*
  - Universitas Dalam Negeri
  - Universitas Luar Negeri
  - Mahasiswa Dalam dan Luar Negeri
  - Desainer
  
- *Pasar Perantara:*
  - Produsen: perajin lokal, eksportir, dan pabrik
  - Asosiasi Desainer
  - Pusat desain lainnya
  - Pemerintah daerah, desainer dan produsen
  
- *Pasar Jangka Panjang:*
  - Pembeli: importir
  - Agen-agen internasional

Bagian berikut ini akan menggambarkan hubungan di antara pelanggan, deskripsi yang seksama sehubungan dengan harapan calon pelanggan terhadap IIDC, dan saran-saran yang diberikan untuk program tersebut.

### 3.1. PASAR LANGSUNG

#### 3.1.1. UNIVERSITAS DALAM NEGERI

Riset dan diskusi kelompok fokus menunjukkan bahwa universitas-universitas dalam negeri akan menjadi pasar langsung terbesar bagi IIDC. Beberapa harapan serta potensi jasa yang akan diberikan kepada universitas-universitas tersebut adalah:

- *Antusiasme terhadap jasa IIDC:*  
Universitas-Universitas seperti ITB, ISI, UKDW, dll. dapat menunjuk anggota fakultas mereka sebagai fasilitator dalam program-program IIDC. Selain itu, anggota dewan seperti (ISI dan ITB) akan berkolaborasi dan menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk mengoperasikan IIDC, seperti buku-buku, bahan-bahan, katalog, program pendidikan dan jaringan internasional.

- *Jenis jasa yang ditawarkan:*  
Ada dua program utama yang sangat diperlukan oleh universitas, yaitu:
  - Program magang.
  - Program lokakarya atau pelatihan jangka pendek.

Jangka waktu magang yang ideal adalah tiga bulan. Universitas dalam negeri biasanya mengalokasikan tiga satuan kredit untuk kerja praktik atau magang. Mahasiswa biasanya mengikuti program magang pada bulan Juni-Agustus, September-November dan Maret-May. Apabila IIDC dapat meyakinkan universitas dalam negeri untuk mengirimkan sebanyak mungkin mahasiswa dalam program magang, maka hal ini akan memberi keuntungan bagi para mahasiswa, universitas dan IIDC.

- *Preferensi metode pendidikan:*  
Jenis pendidikan teknis dipilih karena dapat menjembatani kesenjangan yang ada antara pendidikan formal dalam kelas dengan aplikasi dunia nyata. Selanjutnya, proses pendidikan harus berdasarkan pada kerja sama tim dan program akan memberi tekanan pada proses produksi dan pengenalan bahan.
- *Lamanya program pendidikan yang dipilih:*
  - Program magang berlangsung selama 2-3 bulan.
  - Lokakarya berlangsung selama 4-7 hari.
- *Kemampuan yang diperoleh pada akhir program:*
  - Jaringan yang lebih luas dengan desainer dan mahasiswa lain dari universitas dalam dan luar negeri.

- Pengetahuan praktis yang diperoleh selama masa magang.
  - Keterampilan dalam menentukan tren dan melakukan analisis yang akan membuka peluang kerja dan usaha.
- *Nilai tambah dari jasa IIDC:*  
IIDC akan dapat memperkenalkan tren desain internasional kepada para mahasiswa dalam negeri. Selanjutnya, program IIDC diharapkan akan menjadi tempat rujukan bagi pendidikan desain di Indonesia, yang menggabungkan tren yang populer dengan bahan-bahan dan teknik produksi berkelanjutan.

### 3.1.2. UNIVERSITAS-UNIVERSITAS LUAR NEGERI

*Goldsmiths College* dari *University of London* akan menjadi mitra internasional utama pada awal beroperasinya IIDC. Seiring dengan berjalannya waktu, universitas-universitas luar negeri lainnya melakukan pendekatan untuk bergabung dengan jaringan kerja lainnya, seperti *Royal Melbourne Institute of Technology*, *University of Queensland*, *Pforzheim University of Applied Sciences*, dll. Tentu saja, internasionalisasi merupakan salah satu unsur paling menarik dari IIDC bagi pasar potensial. Dengan melibatkan universitas-universitas mitra luar negeri, IIDC akan memperoleh reputasi nasional dan internasional, membuatnya lebih berpengaruh dalam industri desain di Indonesia.

- *Antusiasme terhadap jasa IIDC:*  
Universitas-Universitas internasional berminat untuk mengirimkan mahasiswa guna mengikuti program magang. Disamping itu, mereka juga tertarik untuk melakukan riset tentang desain berkelanjutan, dan mereka menyadari bahwa riset tersebut akan lebih realistis dan meyakinkan apabila dilakukan di tempat seperti Indonesia, di mana bahan-bahan yang berkelanjutan tersedia secara melimpah.
- *Jenis jasa yang ditawarkan:*  
Program-program utama yang sangat diperlukan oleh universitas-universitas internasional adalah:
  - Program magang.
  - Pertukaran keterampilan teknis.
  - Lokakarya dan seminar tentang kreativitas dan desain berkelanjutan.

Jangka waktu ideal untuk pelaksanaan magang adalah semester musim panas (Juli-Agustus). Di luar musim panas, akan lebih sulit untuk menarik minat mahasiswa luar negeri untuk mengikuti program IIDC.

- *Preferensi metode pendidikan:*  
Praktik dan riset akan dilakukan secara seimbang karena hal ini dapat menjembatani kesenjangan antara pendidikan formal di kelas dan aplikasi dunia nyata. Selanjutnya, proses pendidikan harus didasarkan pada kerja sama tim, dan program akan memberikan penekanan pada proses produksi dan pengenalan bahan-bahan berkelanjutan.

- *Lamanya program pendidikan yang dipilih:*
  - Program magang berlangsung selama 12 minggu.
  - Program magang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia.
- *Kemampuan yang diperoleh pada akhir program:*
  - Jaringan yang lebih luas dengan desainer dan mahasiswa lain dari universitas Indonesia dan universitas luar negeri lainnya.
  - Pengetahuan praktis yang diperoleh selama masa magang.
  - Keterampilan dalam menentukan tren dan melakukan analisis yang akan membuka peluang kerja dan usaha, terutama terkait dengan desain berkelanjutan.
- *Nilai tambah dari jasa IIDC:*

IIDC akan dapat memperkenalkan tren desain internasional kepada para mahasiswa dalam negeri. Di sisi lain, para mahasiswa luar negeri akan memperoleh pemahaman lebih baik tentang bahan-bahan berkelanjutan dan desain tradisional. Pertemuan dengan rekan-rekan mereka dari Indonesia akan memberikan suatu nilai karena mereka akan memperoleh pengetahuan yang dalam tentang desain tradisional, bahan-bahan, dan kepadatan budaya. Disamping itu, jaringan kerja dengan IIDC akan meningkatkan reputasi dan peringkat global universitas luar negeri.

### **3.1.3. MAHASISWA DALAM DAN LUAR NEGERI**

Sebagaimana dibahas pada bagian sebelumnya, universitas sebagai suatu organisasi dianggap sebagai suatu pasar potensial. Selanjutnya, para mahasiswa sebagai individu juga dianggap sebagai pasar untuk IIDC. Beberapa manfaat yang akan dinikmati oleh para mahasiswa adalah sebagai berikut:

- *Para mahasiswa akan memperoleh kesempatan untuk meningkatkan keterampilan konseptual, inovatif dan teknis mereka dalam hal desain yang tidak tersedia selama studi mereka.*
- *Ada peluang untuk langsung memperoleh pekerjaan dari pabrik yang tertarik yang sedang mencari tenaga kerja yang mampu dan cakap di bidang desain.*
- *Mereka akan mendapatkan kesempatan untuk saling berbagi pengetahuan, jaringan, dan keterampilan dengan mahasiswa dan pengajar lain dalam menangani masalah yang berhubungan dengan desain.*

Program IIDC harus memenuhi kriteria keikutsertaan mahasiswa berikut ini:

- *Program harus terintegrasi dengan persyaratan studi mereka. Oleh sebab itu, IIDC akan memberikan sebuah sertifikat yang secara resmi diakui oleh universitas mereka sebagai bagian dari program magang.*
- *IIDC harus menyediakan akomodasi yang memadai untuk mahasiswa dan pengajar dari luar negeri dan dalam negeri selama berlangsungnya program.*

### 3.1.4. DESAINER

IIDC akan menjadi pusat bagi para desainer dalam negeri dan luar negeri dalam mengembangkan minat dan hasrat mereka tentang desain. Mereka akan dapat berbagi keahlian dan pengalaman dalam bidang desain dengan desainer, mahasiswa dan produsen lainnya. Dengan demikian, akan terjadi proses pembelajaran bersama dimana para desainer akan memperoleh manfaat dari proses saling berbagi tersebut. Manfaat tersebut berupa pemahaman terhadap tren internasional, perluasan jaringan produsen dan pembeli, dan kesempatan untuk melakukan riset bersama dengan para mahasiswa, desainer lain dan perajin setempat guna mengembangkan jenis desain lokal yang baru. Sebagai konsekuensinya, para desainer merasa antusias dengan pembentukan IIDC. Para desainer akan bertindak sebagai kontributor dan peserta dalam program-program IIDC. Mereka akan terlibat secara aktif dalam program tersebut, baik sebagai pengajar maupun sebagai peserta.

## 3.2. PASAR LANGSUNG

### 3.2.1. PRODUSEN

Produsen sangat antusias dengan pendirian IIDC. Namun demikian, mereka harus dianggap sebagai pasar langsung karena: (1) IIDC didirikan sebagai suatu pusat pendidikan desain, yang dengan demikian mengurangi keuntungan yang dapat dipetik oleh produsen (seperti jasa konsultasi); (2) produsen dapat menunggu dan melihat efektivitas IIDC sebelum memutuskan untuk berpartisipasi dalam program-program IIDC.

- *Antusiasme terhadap jasa IIDC:*  
Produsen tertarik apabila program tersebut terkait dengan industri atau kompetensi mereka.
- *Jenis jasa yang diperlukan:*  
Pelatihan yang bersifat teknis yang dapat memberikan keterampilan yang diperlukan untuk mendesain dan menghasilkan produk-produk jadi (hal tersebut sangat penting bagi para produsen dengan pasar ekspor).
- *Preferensi metode pendidikan:*  
Studi kasus tentang desain dan penerapan desain dalam proses produksi.
- *Jangka waktu program pendidikan yang diutamakan:*  
Jangka waktu maksimum untuk sebuah program tunggal adalah dua minggu.
- *Kemampuan yang diperoleh setelah selesainya program:*
  - Pemahaman tentang tren internasional untuk 1 atau 2 tahun berikutnya.
  - Kemampuan untuk mengembangkan pemikiran kreatif dalam mendesain produk.
- *Nilai tambah jasa IIDC:*

Partisipasi para mahasiswa dan dosen asing dapat memperluas dan memperkaya pengalaman para peserta lokal tentang perkembangan tren internasional.

### 3.2.2. ASOSIASI INDUSTRI

Terdapat berbagai macam asosiasi, seperti Asosiasi Mebel Indonesia, Asosiasi Desain Produk Indonesia, Himpunan Desainer Interior Indonesia, Asosiasi Desainer Grafis Indonesia, Federasi Pengemasan Indonesia, dll. Karena berperan dalam mengumpulkan para produsen dan/atau desainer, asosiasi-asosiasi tersebut juga dapat dijadikan target sebagai pasar yang potensial.

- *Antusiasme terhadap jasa IIDC:*  
Keinginan untuk membantu program-program yang diadakan oleh IIDC karena mereka juga akan merasakan manfaat dengan menjalin hubungan dengan para desainer nasional dan internasional dan mendapatkan pengetahuan terkini tentang tren dan desain internasional. Mereka akan memberikan bantuan dan promosi untuk program-program yang diselenggarakan oleh IIDC. Selain itu, mereka dapat memfasilitasi proses pelatihan dengan mengirimkan para anggota untuk menjadi dosen atau peserta.
- *Jenis pelatihan yang diperlukan:*  
Pelatihan termutakhir tentang desain, tren, bahan, dan proses serta teknologi produksi.
- *Preferensi metode pendidikan:*  
Pelatihan praktis dan pertukaran teknis sangat diutamakan.
- *Jangka waktu program pendidikan yang dipilih:*  
Lokakarya selama satu minggu.
- *Kemampuan yang diperoleh setelah selesainya program:*  
Desain bermutu tinggi untuk memenuhi standar internasional, analisis dan perkiraan tren.
- *Nilai tambah jasa IIDC:*  
IIDC diharapkan untuk memberikan pelatihan dan jasa yang menarik bagi para anggota industri, terutama industri-industri yang terkait dengan pengembangan keterampilan dan kombinasi yang rumit antara desain yang baik dan produk-produk berkesinambungan yang mana jumlahnya pada saat ini belum memadai di pusat desain internal yang dimiliki asosiasi-asosiasi.

### 3.2.3. PUSAT-PUSAT DESAIN LAIN

Banyak terdapat pusat-pusat desain di Indonesia dan dunia internasional; perbedaan mendasar antara pusat-pusat desain tersebut terletak pada ruang lingkungannya yang lebih spesifik, baik ruang lingkup daerah maupun jenis ruang lingkup desain produk. Meskipun pusat-pusat desain tersebut melibatkan para pemangku kepentingan yang berbeda-beda,

bahkan termasuk Departemen Perdagangan, pusat-pusat desain dalam negeri, seperti Pusat Desain Nasional atau Pusat Desain Mebel Jepara tidak mengalami kemajuan yang pesat karena beberapa alasan: (1) pembentukan pusat-pusat desain tersebut hanya bertujuan untuk mempromosikan pentingnya desain tanpa memberikan implikasi-implikasi praktis, (2) pusat-pusat desain tersebut membatasi ruang lingkungannya dengan pembagian berdasarkan daerah atau produk.

Pusat-pusat desain lain sepakat bahwa mereka membutuhkan pusat desain yang lebih pragmatis dan praktis yang akan menimbulkan kepekaan desain yang semakin kuat dan pengakuan produk-produk yang sesuai untuk pasar baik saat ini maupun di masa mendatang. Pusat-pusat desain tersebut setuju bahwa mereka dapat mengkoordinasikan pertukaran anggota dengan IIDC, dan bersedia untuk mengirimkan para anggotanya untuk mengikuti program-program magang dan lokakarya di IIDC. Selain itu, apabila IIDC menyelenggarakan pameran, pusat-pusat desain lain akan menjadi pasar potensial yang nyata. Ketertarikan yang serupa ditunjukkan oleh pusat-pusat desain internasional lain, seperti Pusat Desain Internasional Nagoya, RISDI, dll. Pusat-pusat desain tersebut pada dasarnya lebih memberikan jasa desain dan konsultasi langsung daripada menawarkan pendidikan desain. Kerja sama dengan pusat desain di Indonesia akan memperkaya jaringan pusat-pusat desain tersebut, akses terhadap pasar dalam negeri, dan pertukaran ide-ide dan inovasi kreatif. Pusat-pusat desain internasional tersebut memiliki motivasi yang kuat untuk mengirimkan orang-orangnya ke IIDC.

#### **3.2.4. PEMERINTAH DAERAH, DESAINER, DAN PENGUSAHA**

Pemerintah, terutama pemerintah daerah, termasuk Departemen Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi memiliki kepentingan yang mendalam dalam konsep IIDC dan akan menyediakan pasar-pasar potensial untuk pembentukan dan pemeliharaan IIDC.

Motivasi pemerintah dalam pengembangan IIDC adalah sebagai berikut:

- *Untuk mendukung tujuan pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi para perajin lokal dan industri-industri rumah tangga.*
- *Untuk memelihara kemampuan menciptakan konsep desain tradisional Indonesia.*
- *Untuk meningkatkan kegiatan pariwisata dengan mengunjungi pusat-pusat produksi kerajinan tangan di daerah. IIDC diharapkan dapat memberikan jasa-jasa tersebut kepada para pihak yang berkepentingan.*

Kontribusi khusus yang akan diberikan oleh pemerintah adalah sebagai berikut:

- *Akses ke badan-badan pemerintah dan swasta dalam bidang yang terkait dengan desain.*
- *Kesediaan Departemen Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi untuk menjadi anggota Dewan Penasehat IIDC.*

Sebagaimana diketahui oleh masyarakat dan dunia usaha, pemerintah daerah di Indonesia berupaya untuk menjajaki aset dan sumber daya unik mereka, termasuk hasil-hasil dari industri kreatif. Oleh karena itu, pemerintah daerah juga dapat menjadi pasar yang sangat potensial di mana mereka dapat mengirimkan para desainer daerahnya (dari Aceh hingga ke Papua) untuk ikut serta dalam program magang, lokakarya, seminar, pameran, dan penelitian.

### **3.3. PASAR JANGKA PANJANG**

#### **3.3.1. PEMBELI**

Sebagai pembeli barang-barang ekspor dari para produsen dalam negeri di Indonesia, para pembeli juga tertarik dengan perkembangan desain produk. Menurut pendapat mereka, IIDC akan dapat menjadi wadah pengembangan dan promosi desain autentik Indonesia. Mereka berharap bahwa IIDC dapat mendidik para desainer di masa mendatang yang sadar akan tren internasional dan menerapkan keterampilan dan pengetahuannya tentang desain ke dalam pembuatan barang-barang jadi.

Selain itu, para pembeli juga tertarik untuk mendukung operasi IIDC dengan memberikan peluang kepada siswa magang untuk bekerja secara permanen atau ditempatkan secara sementara di lembaga mereka. Kemitraan tersebut akan bermanfaat bagi para siswa yang tertarik untuk memperdalam pengalamannya dalam proses nyata desain dan produksi produk-produk ekspor.

Para pembeli internasional biasanya akan mengalokasikan jumlah tertentu dari keuntungannya untuk kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Oleh karena itu, selain dari kepentingan mereka dalam mutu desain dari produk-produk yang dibeli, para pembeli tersebut juga dapat memberikan kontribusi kepada IIDC melalui hibah dari kegiatan-kegiatan CSR. IIDC memenuhi persyaratan untuk mendapatkan hibah karena IIDC dikelola sebagai badan nirlaba yang bertujuan untuk merevitalisasi daya saing negara berkembang seperti Indonesia.

#### **3.3.2. BADAN-BADAN INTERNASIONAL**

Badan-badan internasional, seperti USAID, AusAID, JICA, British Council, GTZ, dll bukan merupakan pengguna jasa langsung IIDC; badan-badan tersebut cenderung berfungsi sebagai donor dengan menyalurkan hibah dan sumbangan kepada IIDC.

## 4. PERSPEKTIF HUKUM

---

Agar diakui secara sah sebagai sebuah lembaga, para pendiri IIDC harus memutuskan jenis badan hukum apa yang berlaku bagi IIDC. Dari sudut pandang manajemen, terdapat sejumlah bentuk organisasi: (1) kepemilikan, (2) kemitraan, (3) perseroan, (4) koperasi, (5) yayasan. Para pendiri sepakat bahwa IIDC akan dikelola secara profesional walaupun IIDC beroperasi sebagai organisasi nirlaba. Untuk memenuhi visi nirlaba tersebut, yayasan merupakan bentuk organisasi yang sesuai. Bagian berikut ini akan membahas sifat dan karakteristik yayasan.

### 4.1. KARAKTERISTIK HUKUM YAYASAN

Sebelum pengesahan Undang-Undang No. 16/2001 tentang yayasan (selanjutnya disebut sebagai UU No.16 Tahun 2001), yayasan bukan merupakan badan hukum, dan oleh karena itu pendirian yayasan tidak membutuhkan persetujuan apa pun dari Departemen Kehakiman. Sebelum UU No.16 Tahun 2001, pendirian yayasan didasari oleh norma-norma sosial, sehingga pendirian yayasan cukup dilakukan melalui perjanjian notaris di hadapan notaris publik. Setelah pengesahan UU No.16 Tahun 2001, yayasan memperoleh status badan hukum setelah disetujui oleh Menteri Kehakiman (lihat Pasal 11 Bagian 1 UU No. 16 Tahun 2001).

Prinsip hukum dari pendirian yayasan adalah yayasan tidak berorientasi pada laba, melainkan berorientasi sosial [ditetapkan dalam Pasal (1), 1 UU No. 16 Tahun 2001]. Sebaliknya, perseroan terbatas [selanjutnya disebut sebagai PT] didirikan dengan berorientasi pada laba. Perbedaan antara badan hukum dan badan itu sendiri adalah sebagai berikut:

- *Badan hukum adalah suatu badan yang memiliki hak dan tanggung jawab. Seperti perseorangan, badan hukum memiliki hak dan tanggung jawab yang terpisahkan, termasuk kewajiban-kewajibannya, hal tersebut berarti bahwa yayasan mensyaratkan pembagian struktur hukum perangkat yayasan menjadi Dewan Pembina, Dewan Pengawas, dan Dewan Pengurus.*
- *Badan berbeda karena tanggung jawab badan tersebut melekat pada orang-orang itu sendiri.*
- *Modal suatu badan hukum harus dipisahkan dari modal para pendiri dan pengelolanya. Modal tersebut diperlakukan sebagai modal yayasan, dan di setiap akhir tahun, modal harus dilaporkan dalam bentuk Laporan Keuangan [Pasal 9 Bagian (1) Jo Pasal 48 Bagian (2), Pasal 49 Bagian (1) dan (2)].*
- *Badan hukum didirikan setelah disetujui oleh Menteri Kehakiman, namun badan itu sendiri didirikan segera setelah ditandatanganinya akta pendirian oleh para pihak yang terkait di hadapan seorang notaris.*

Dengan demikian, yayasan memiliki konsekuensi keuangan yang khusus sebagai berikut:

- *Hibah/sumbangan/donasi yang dimaksudkan untuk tujuan pendidikan, tidak dimiliki oleh Dewan Pembina, Dewan Pengawas, dan Dewan Pengurus, dan tidak digunakan untuk orientasi manfaat, tidak dikenai pajak atau pajak pendapatan. Namun, apabila setelah jangka waktu tertentu yayasan mendapatkan manfaat dari akumulasi pendapatan, seperti biaya pendidikan, biaya administrasi, dan setiap pendapatan lain yang diterima, manfaat yayasan yang ada tunduk kepada ketentuan yang terkait dengan pajak penghasilan.*
- *Perangkat yayasan (Dewan Pembina, Dewan Pengawas, dan Dewan Pengurus) dilarang menarik modal saham mereka dan pendapatan yayasan dengan cara atau dalam bentuk apa pun (dividen dan penarikan pribadi).*
- *Perbitungan pajak pendapatan yayasan dilakukan dengan: membagi pemasukan yayasan dengan biaya operasional yayasan yang menghasilkan pendapatan bersih. Pada tahap ini, pendapatan bersih yayasan dikenai pajak sesuai dengan peraturan tentang pajak pendapatan yang berlaku.*

## **4.2. PERSYARATAN HUKUM DAN PENDIRIAN YAYASAN**

Untuk mengesahkan pendirian suatu yayasan, langkah-langkah dan persyaratan yang diperlukan adalah sebagai berikut:

- *Dewan Pembina minimum terdiri atas satu orang atau satu organisasi anggota. Demikian pula Dewan Pengawas terdiri atas satu orang atau satu organisasi anggota. Sementara Dewan Pengurus minimum terdiri atas tiga orang atau tiga organisasi anggota.*
- *Dewan Pembina berkumpul untuk membahas dan menetapkan anggaran dasar yayasan dengan dibantu oleh seorang notaris.*
- *Notaris kemudian menyerahkan anggaran dasar kepada Departemen Kehakiman untuk persetujuan (sekitar dua minggu).*
- *Selain anggaran dasar yayasan, notaris juga mengatur izin gangguan dari pihak berwenang setempat (HO) dan nomor pokok wajib pajak (NPWP) dari kantor dinas pajak setempat. Semua prosedur tersebut dapat diselesaikan dalam waktu dua minggu.*
- *Setelah disetujuinya semua lisensi dan izin di atas, yayasan dapat beroperasi di bawah perlindungan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.*

## 5. LOKASI, PRASARANA, DAN ASET FISIK

---

IIDC memiliki ruang lingkup nasional dan orientasi internasional. Oleh karena itu, IIDC akan beroperasi dan dapat memberikan jasa di setiap daerah di Indonesia. Namun demikian, salah satu pendiri IIDC (Warwick Purser) telah mengelola properti di Tembi, dan ia bersedia menjadikan lokasi tersebut sebagai kantor pusat IIDC yang pertama. Tembi adalah sebuah desa budaya di Yogyakarta, yang memiliki sarana yang memadai bagi industri-industri asesoris rumah karena PT Out of Asia, mitra lokal IIDC, beroperasi di desa tersebut.

Selain itu, Bandung adalah rumah dari Insitut Teknologi Bandung (mitra lokal lain dapat berfungsi sebagai tempat operasional untuk program magang, lokakarya, seminar, dll.) Yogyakarta dan Bandung merupakan tempat-tempat yang luar biasa di Indonesia, dan sering kali dianggap sebagai pusat-pusat kreatif di Indonesia karena memiliki 3 T:

- *Tolerance (Toleransi),*
- *Talent (Bakat), dan*
- *Technology (Teknologi).*

Sarana berikut ini tersedia di Kantor Pusat Tembi:

- *Ruang kelas*  
Ruang kelas di Tembi didesain untuk menampung sekitar 40 siswa dalam negeri dan internasional yang sedang mengikuti program magang di IIDC.  
Ruang kelas tersebut memiliki sarana standar untuk melaksanakan pelatihan dan diskusi, seperti papan tulis dan keperluan pelengkap lain.
- *Lokakarya Produksi dan Desain*  
Lokakarya akan memberikan kepada para siswa dan fasilitator sarana yang memadai yang dapat mendukung pelatihan dalam menerapkan konsep desain dan pengetahuan yang dimiliki oleh mereka ke dalam praktik-praktik dunia nyata dalam lokakarya tersebut.  
Sarana yang disediakan tersebut adalah komputer untuk desain, mesin, persediaan bahan, dll.
- *Ruang pameran Produk*  
Produk-produk jadi yang dihasilkan atau dibuat oleh para peserta, fasilitator, atau desainer IIDC akan dipamerkan di ruang pameran ini. Sarana tersebut juga dapat berfungsi sebagai galeri desain yang menampilkan produk-produk lokal yang dirancang oleh para perajin setempat.
- *Penelitian Desain dan Perpustakaan Bahan*  
Perpustakaan tersebut akan berisikan bahan-bahan, yang merupakan gabungan koleksi bahan mentah yang berasal dari Tembi, Yogyakarta, dan seluruh pelosok Indonesia. Perpustakaan bahan tersebut juga mencakup sumber daya penelitian tradisional, seperti buku dan sarana internet.

Perpustakaan bahan juga memiliki rencana untuk memperluas koleksinya dari daerah-daerah di luar Yogyakarta dan dari negara-negara lain. Universitas-universitas mitra diharapkan memberikan dukungan dalam pendirian dan pengoperasian perpustakaan bahan yang representatif di IIDC.

- *Mebel Kantor dan Ruangan*
- 
- *Kendaraan Operasional (Bak Terbuka)*  
Kendaraan bak terbuka tersebut akan digunakan untuk kegiatan operasional harian IIDC.
- *Perangkat Komputer*  
IIDC akan menggunakan 4 perangkat komputer yang dilengkapi dengan peranti lunak desain grafis.

## 6. RENCANA OPERASIONAL

---

### 6.1. STRUKTUR ORGANISASI

Sebagaimana telah disebutkan dalam bagian dari rencana usaha tentang status hukum, IIDC akan didirikan di bawah badan hukum yayasan. Oleh karena itu, struktur organisasi IIDC akan serupa dengan ciri struktur organisasi yayasan yang terdiri atas Dewan Pembina, Dewan Pengawas, dan Dewan Pengurus.

#### 6.1.1. DEWAN PEMBINA

Secara terinci, Dewan Pembina IIDC akan terdiri atas:

- *Warwick Purser, mewakili industri asesoris rumah sektor swasta.*
- *Soeprapto Soedjono, bertindak sebagai perwakilan ex-officio dari Insitut Kesenian Indonesia.*
- *Biranul Anas Zaman, bertindak sebagai perwakilan ex-officio dari Insitut Teknologi Bandung.*

Dewan Pembina akan memiliki wewenang untuk:

- *Mengambil keputusan tentang perubahan bagian(-bagian) dari anggaran dasar pendirian IIDC.*
- *Mengangkat dan memberhentikan para anggota Dewan Pengawas dan Dewan Pengurus.*
- *Menetapkan kebijakan utama IIDC yang berasal dari anggaran dasar pendirian IIDC.*
- *Mengesahkan program-program dan anggaran operasional tahunan IIDC.*
- *Membuat keputusan tentang merger atau likuidasi IIDC.*
- *Mengesahkan laporan tahunan.*
- *Menunjuk seorang likuidator dalam hal yayasan akan dilikuidasi.*

Selain pelaksanaan serangkaian wewenang yang disebutkan di atas oleh Dewan Pembina, Dewan Pembina harus mengadakan rapat sekurang-kurangnya sekali dalam setahun. Dalam rapat tersebut, Dewan Pembina akan membahas isu-isu dan masalah utama yang dihadapi selama berjalannya yayasan.

Selain dari rapat, Dewan Pembina juga berkewajiban untuk mengatur pertemuan tahunan dengan badan-badan utama dalam yayasan yang lain, seperti Dewan Pengawas dan Dewan Pengurus. Peran-peran dari komite pendiri dalam rapat tahunan adalah sebagai berikut:

- *Mengevaluasi jumlah dan total aset, hak, dan kewajiban yayasan pada tahun sebelumnya sebagai tolok ukur untuk memperkirakan tujuan dan target masa depan bagi yayasan.*
- *Mengesahkan laporan tahunan yang disusun oleh Dewan Pengurus.*
- *Menentukan tujuan dan kebijakan umum untuk yayasan.*
- *Mengesahkan program-program dan anggaran operasional tahunan yayasan.*

### 6.1.2. DEWAN PENGAWAS

Dewan Pengawas akan mengawasi dan memberikan usul dan rekomendasi kepada Dewan Pengurus dalam menjalankan operasi harian yayasan. Para anggota Dewan Pengurus IIDC yang diusulkan adalah:

- *Alison Jones (Penasehat Desain Pembeli Internasional/ West-Elm)*
- *Ted Barber (Konsultan SENADA)*
- *Caroline Knowles (Jurusan Sosiologi, Universitas Goldsmiths London)*
- *Rony Siswandi (dari Bin House, Jakarta)*
- *Eko Prawoto (Kepala Desain Produk Universitas Duta Wacana, Yogyakarta)*
- *Feraldi W. Loeis (Konsultan Senior Balibiz, Bali)*

Dewan Pengawas berwenang untuk:

- *Memperoleh akses penuh terhadap setiap dokumen dan sarana IIDC.*
- *Mengawasi setiap tindakan yang dilakukan oleh Dewan Pengurus.*
- *Memberikan bantuan dan saran bagi Dewan Pengurus terkait dengan tugas-tugasnya dalam mengelola yayasan.*

Selain itu, Dewan Pengawas harus ikut serta dalam rapat tahunan atau setiap rapat yang diadakan oleh Dewan Pembina atau Dewan Pengurus.

### 6.1.3. DEWAN PENGURUS

Dewan Pengurus merupakan bagian penting dari yayasan karena akan melaksanakan kegiatan manajerial harian IIDC. Para anggota Dewan Pengurus akan terdiri atas:

- *Manajer Umum, yang akan bertanggungjawab atas program-program operasional IIDC secara keseluruhan.*
- *Wakil Manajer untuk Urusan Keuangan, yang akan melaksanakan tugas umum bendahara dalam IIDC. Peran utama dari Wakil Manajer untuk Urusan Keuangan adalah untuk menyusun rangkuman keuangan tahunan tentang operasi yayasan untuk disajikan dalam rapat tahunan.*
- *Wakil Manajer untuk Urusan Operasional, yang akan mendesain dan melaksanakan program-program dan jasa yang ditawarkan oleh IIDC.*
- *Sekretaris Umum, yang akan bertanggungjawab untuk mengelola semua urusan administrasi IIDC. Selain itu, ia harus memelihara hubungan yang erat dengan para pengguna dan klien IIDC dengan menyediakan informasi dan bantuan terkait dengan jasa yang disediakan.*

Fungsi dan tanggung jawab utama Dewan Pengurus dipaparkan dalam butir-butir berikut ini:

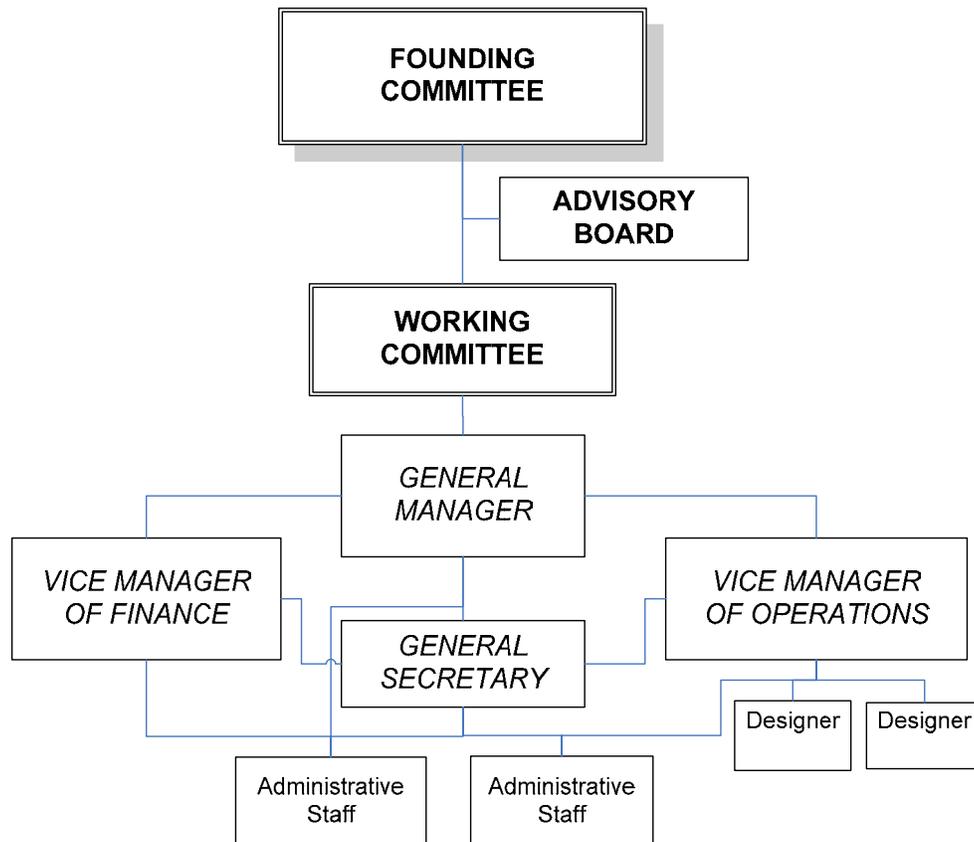
- *Bertanggung jawab penuh atas pengelolaan IIDC.*
- *Melapor kepada Dewan Pembina, dan meminta saran dari Dewan Pengawas.*

- *Mendesain kegiatan-kegiatan atau program dan anggaran operasional tahunan untuk disahkan oleh Dewan Pembina.*
- *Menanggapi secara proaktif setiap pertanyaan yang diajukan oleh Dewan Pembina dan Dewan Pengawas.*
- *Memimpin dan ikut serta dalam rapat tahunan dan rapat-rapat lain yang diperlukan yang diadakan oleh Dewan Pembina.*

Secara ringkas, struktur organisasi IIDC digambarkan dalam gambar berikut ini:

English	Indonesian
FOUNDING COMMITTEE	KOMITE PENDIRI
ADVISORY BOARD	DEWAN PENGAWAS
WORKING COMMITTEE	KOMITE KERJA
GENERAL MANAGER	MANAJER UMUM
VICE MANAGER OF FINANCE	WAKIL MANAJER KEUANGAN
VICE MANAGER OF OPERATIONS	WAKIL MANAJER OPERASI
Designer	Desainer
Designer	Desainer
GENERAL SECRETARY	SEKRETARIS UMUM
Administrative Staff	Staf Administrasi
Administrative Staff	Staf Administrasi

Gambar 4. Struktur Organisasi IIDC



Selain itu, terdapat anggota pendukung bagi staf IIDC, yang terdiri atas:

- *Dua orang anggota staf administrasi.*  
Staf administrasi melapor kepada Manajer Umum, para Wakil Manager, dan Sekretaris Jenderal. Mereka akan melaksanakan tugas-tugas administrasi IIDC dan kegiatan pembukuan operasi yayasan. Selain itu, mereka juga akan membantu Wakil Manajer untuk Urusan Keuangan dalam menyusun perencanaan anggaran dan laporan keuangan tahunan.
- *Dua orang desainer.*  
Desainer tersebut akan bertanggungjawab secara langsung kepada Wakil Manajer untuk Urusan Operasional. Mereka bertanggung jawab untuk meneliti tren dan informasi tentang perkembangan desain. Pada dasarnya, mereka akan melaksanakan kegiatan penelitian tentang desain untuk IIDC, seperti pembaruan katalog, desain, dan basis data bahan.

## 6.2. PROGRAM-PROGRAM DAN JASA

Rincian penjelasan tentang jasa dan program yang akan ditawarkan oleh IIDC adalah sebagai berikut:

- *Kelas Pelatihan Desain dan Kreatifitas.*
  - Kelas-kelas tersebut merupakan bagian dari program magang.
  - Kelas-kelas tersebut akan diadakan dalam bentuk diskusi kelompok dan kuliah dalam ruangan kelas oleh para fasilitator yang ditunjuk oleh IIDC.
  - Satu sesi terdiri atas 2 kelas dan setiap kelas akan berlangsung selama 2,5 jam.
  - Tema diskusi akan ditentukan kemudian oleh Dewan Pengurus.
  - Para peserta kelas adalah peserta magang yang saat ini mengikuti program magang di IIDC.
  
- *Lokakarya.*
  - Lokakarya akan memberikan serangkaian pelatihan desain praktis kepada para peserta. Dengan terlibat dalam proses penerapan teori desain dari bahan mentah menjadi produk jadi, para peserta lokakarya diharapkan memperoleh keterampilan praktis dalam bidang desain.
  - Setiap lokakarya akan berlangsung selama enam hari.
  - Tema diskusi akan ditentukan kemudian oleh Dewan Pengurus.
  - Para peserta kelas adalah peserta magang yang saat ini mengikuti program magang di IIDC dan masyarakat umum (para desainer, pembeli, profesional, anggota asosiasi, dosen, peneliti, pejabat pemerintah, dll) yang tertarik dengan aplikasi desain.
  
- *Seminar.*
  - Seminar akan membahas isu-isu yang ada dalam industri desain. Dalam acara ini, para peserta akan dipandu oleh para fasilitator untuk mengikuti diskusi tentang tema-tema seminar yang lebih terinci. Sebuah seminar didesain untuk memperbaharui informasi yang dimiliki oleh para peserta tentang tren, isu-isu, dan perkembangan terbaru dalam industri desain, terutama dalam konteks internasional.
  - Setiap seminar akan berlangsung selama dua hari.
  - Para peserta kelas adalah peserta magang yang saat ini mengikuti program magang di IIDC dan masyarakat umum (para desainer, pembeli, profesional, anggota asosiasi, dosen, peneliti, pejabat pemerintah, dll) yang tertarik dengan perkembangan desain terkini.
  
- *Publikasi IIDC.*
  - IIDC akan menerbitkan serangkaian majalah desain yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat umum dan masyarakat desain tentang desain di Indonesia. Majalah tersebut dimaksudkan sebagai media untuk meningkatkan kepedulian masyarakat dan membangun citra IIDC. Selain itu, publikasi tersebut akan menjadi bagian yang penting dari kontribusi IIDC terhadap perkembangan industri desain di Indonesia.
  - Majalah akan diterbitkan setiap tiga bulan (triwulan) dan akan diedarkan di tingkat nasional dan internasional. Setiap edisi akan dicetak sebanyak 500 eksemplar dan didistribusikan kepada distributor buku nasional dan internasional.

- Para anggota Dewan Penyunting untuk publikasi tersebut akan dipilih oleh Dewan Pengurus.
- Para pemangku kepentingan dan peserta IIDC sangat dianjurkan untuk memberikan kontribusi dan dukungan bagi perkembangan publikasi tersebut.
- *Pameran.*
  - IIDC akan menyelenggarakan pameran yang akan diikuti oleh para peserta utama dalam industri desain di Indonesia. Pameran-pameran tersebut diharapkan dapat mempromosikan potensi-potensi industri desain di Indonesia kepada masyarakat luas di Indonesia dan luar negeri. Dengan acara tersebut, IIDC memiliki tujuan untuk memberikan sumbangan yang lebih jauh bagi pengembangan dan promosi desain Indonesia kepada masyarakat internasional.
  - Para peserta acara ini berasal dari para pemain nasional dan internasional dalam industri desain.
  - Acara tersebut direncanakan akan diselenggarakan dua kali dalam setahun secara rutin (setiap pameran dijadwalkan berlangsung selama dua hari).

Untuk mendesain rincian rencana operasional untuk tahun pertama operasi IIDC, dibuat asumsi-asumsi berikut ini:

- Diperkirakan bahwa 20 orang peserta dari masyarakat umum (para desainer, pembeli, profesional, anggota asosiasi, dosen, peneliti, pejabat pemerintah, dll.) akan ikut serta dalam setiap Lokakarya dan Seminar yang diselenggarakan oleh IIDC. Asumsi tersebut didasarkan oleh pendekatan konservatif.
- Para siswa magang berhak untuk mengikuti Kelas Pelatihan Desain dan Kreatifitas dan Lokakarya selama jangka waktu magang mereka.
- Siswa internasional akan mengikuti program magang selama liburan musim panas, sementara siswa dalam negeri dapat dengan leluasa mengikuti program di setiap bulan dalam tahun yang berjalan. IIDC akan menyelenggarakan program magang dalam tiga periode setiap tahun.

Secara terinci, program-program dan jasa yang diberikan oleh IIDC selama lima tahun IIDC beroperasi dapat digambarkan dalam jadwal berikut ini:

**Tabel 3. Rincian Rencana Operasional IIDC untuk Tahun Pertama**

2008				
	September	Oktober	November	Desember
Masa Magang				
Peserta: - Pelajar dalam negeri - Pelajar luar negeri	15 pelajar Tidak ada pelajar luar negeri			Tidak ada peserta magang
Program-program	Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas (1 Sesi)	Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas (1 Sesi)	Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas (1 Sesi)	Lokakarya (1 Sesi)
	Lokakarya (1 Sesi)	Lokakarya (1 Sesi)	Lokakarya (1 Sesi)	
	Seminar (1 Sesi)	Seminar (1 Sesi)		Pameran
Peserta dari kalangan umum	20 peserta (Lokakarya) 20 peserta (Seminar)	20 peserta (Lokakarya) 20 peserta (Seminar)	20 peserta (Lokakarya) 30 pemain (Seminar)	20 peserta (Lokakarya)

2009								
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Masa Magang								
Peserta: - Pelajar dalam negeri - Pelajar luar negeri	Tidak ada peserta magang	Tidak ada peserta magang	20 pelajar Tidak ada pelajar luar negeri			20 pelajar 10 pelajar		
Program-program	Lokakarya (2 Sesi)	Lokakarya (1 Sesi)	Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas (1 Sesi)	Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas (1 Sesi)	Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas (1 Sesi)	Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas (1 Sesi)	Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas (1 Sesi)	Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas (1 Sesi)
		Seminar (1 Sesi)	Lokakarya (2 Sesi)	Lokakarya (2 Sesi)	Lokakarya (2 Sesi)	Lokakarya (2 Sesi)	Lokakarya (2 Sesi)	Lokakarya (2 Sesi)
		Publikasi IIDC	Seminar (2 Sesi)	Seminar (2 Sesi)	Publikasi IIDC	Seminar (2 Sesi)	Pameran	Publikasi IIDC
Peserta dari kalangan umum	20 peserta (Lokakarya) 500 eksemplar (Publikasi)	20 peserta (Lokakarya) 20 peserta (Seminar)	20 peserta (Lokakarya)	20 peserta (Lokakarya) 500 eksemplar (Publikasi)	20 peserta (Lokakarya) 30 pemain (Pameran)	20 peserta (Lokakarya)	20 peserta (Lokakarya) 500 eksemplar (Publikasi)	20 peserta (Lokakarya)

Setelah berjalan satu tahun pertama, IIDC akan mampu memantapkan diri sebagai pusat pelatihan desain yang terkemuka di Indonesia. Oleh sebab itu, IIDC akan mampu mengembangkan ruang lingkup operasinya menjadi jasa-jasa yang lebih mendalam lagi, misalnya:

- *Klinik Desain.*  
Klinik desain didirikan untuk membantu para produsen pengunjung memperoleh komentar dan bimbingan tentang desain-desain yang telah ada dan untuk membantu pengembangan desain. Untuk jasa ini, pengunjung dapat dibuatkan janji temu dengan seorang desainer yang terdaftar sebagai bagian dari jaringan desainer dari pusat desain tersebut dan yang telah memiliki pengalaman dan kesuksesan dalam mendesain produk untuk pasar sasaran.
- *Jasa Rujukan.*  
Dengan mengangkat fakta bahwa pusat desain tersebut akan menjadi tempat di mana para petaruh (*stakeholder*), yakni para pembeli dan produsen akan mengunjungi dan mencari informasi yang mereka perlukan, pusat desain juga akan memfasilitasi para petaruh tersebut dalam memperoleh informasi tentang satu sama lain, dan dengan demikian menyediakan jasa rujukan.

Jasa tersebut akan diberikan dengan cara mewajibkan pendaftaran bagi para pengguna, sehingga pusat desain dapat menyimpan informasi kontak dan informasi tentang apa yang mereka sediakan (untuk produsen atau penyedia jasa) atau apa yang mereka cari (untuk pembeli). Dengan seizin para pengguna yang telah terdaftar, pusat desain akan mendata rincian pengguna untuk diakses oleh para pengguna lain. Dengan demikian, jasa tersebut dapat memberikan rujukan tentang:

- **Produsen** dan produk-produknya
- **Pembeli** dan apa yang mereka cari
- **Penyedia jasa** dalam industri, dan jasa-jasa mereka, seperti: desainer, bank dan penyedia jasa keuangan, pemasok, dan penyedia jasa lainnya dalam industri, dan sebagainya.

Di samping itu, IIDC dapat memfasilitasi para petaruh yang berminat untuk memperoleh sertifikasi internasional, terutama di bidang desain yang berkesinambungan dan sertifikasi produk.

Selain itu, IIDC akan dapat menerima lebih banyak lagi peserta magang untuk tahun-tahun operasi berikutnya. Keterangan lebih rinci tentang asumsi ini akan dijelaskan dalam bagian rencana keuangan dari rencana usaha ini.

Untuk membuat rangkuman keseluruhan dari program dan jasa yang akan ditawarkan oleh IIDC, ada tiga model strategis yang digunakan.

**Tabel 4. Proposisi Nilai Pelanggan**

Jasa	Nilai		
	Atribut	Citra	Hubungan
Kelas Magang dan Kreativitas	Metode belajar yang efektif	Kesempatan magang dan bekerja secara terpadu	Membina jaringan dengan para praktisi dan pemain industri
Seminar/Lokakarya	Diskusi tentang permasalahan menarik di bidang desain, dan peningkatan kemampuan praktik serta pembelajaran desain	Mempromosikan pentingnya desain bagi masyarakat, dan memberikan kesempatan belajar desain bagi khalayak luas	Memupuk hubungan yang lebih akrab di antara para pemain industri, dan memperkecil kesenjangan antara desainer dan produsen
Publikasi	Perantara sosialisasi ilmu pengetahuan dan pengalaman di bidang desain.	Kontribusi penting terhadap perkembangan di bidang desain di Indonesia	Meningkatkan kesadaran masyarakat nasional dan internasional tentang keberadaan IIDC dan program-programnya.
Pameran	Pameran tren dan perkembangan terkini dalam industri desain.	Pentingnya kontribusi IIDC bagi perkembangan desain di Indonesia.	Membina lebih lanjut hubungan di antara para pemain kunci dalam industri, para desainer, pelajar, dan masyarakat.
Klinik Desain	Tukar pikiran dan konsultasi tentang desain yang berkualitas dan berorientasi	Kontribusi nyata bagi perkembangan industri desain.	Membidik para pemain industri dan praktisi di bidang desain.

Jasa	Nilai		
	Atribut	Citra	Hubungan
	pelanggan.		
Jasa Rujukan	Penyedia rujukan dan informasi yang berkualitas dan berorientasi pelanggan.	Kontribusi terapan bagi perkembangan industri desain.	Membidik para pemain industri dan praktisi di bidang desain.

IIDC akan memberikan jasa-jasa dan program-program baru di bidang pendidikan desain yang merupakan konsep pendidikan yang sama sekali baru di Indonesia. Sementara itu, calon pelanggan dan pasar yang akan menjadi peserta jasa telah ada. Mereka umumnya menempuh pendidikan formal di universitas-universitas maupun lembaga-lembaga yang menawarkan gelar di bidang desain.

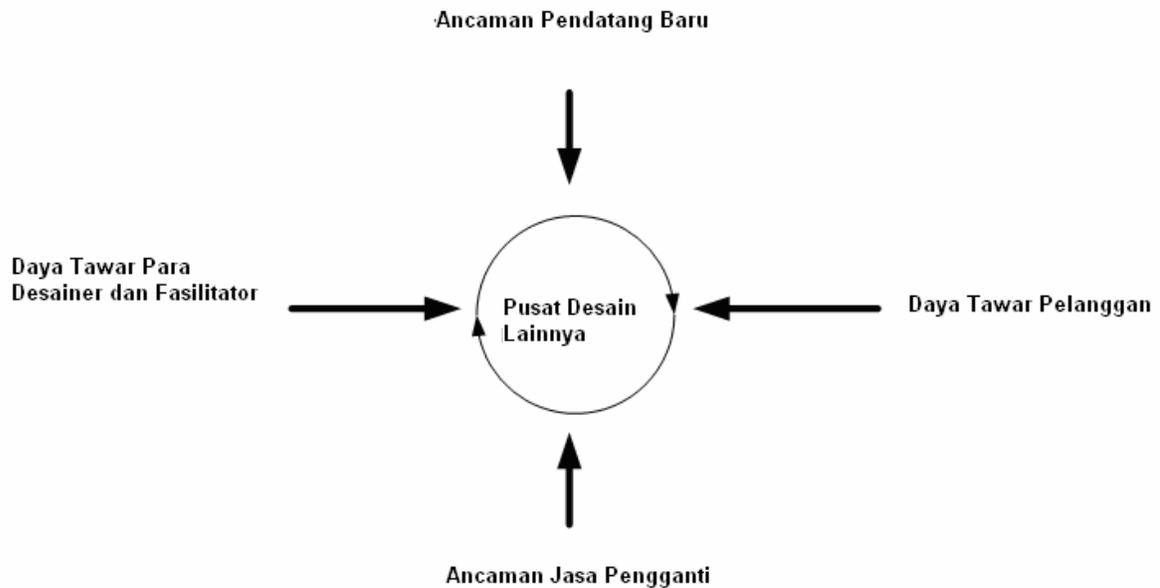
Berdasarkan sudut pandang ini, penting bagi IIDC untuk mengidentifikasi secara hati-hati harapan-harapan setiap pelanggan dan mengembangkan program-program yang sesuai dengan permintaan.

Gambar 5. Matriks Peluang Pengembangan Usaha

		Pasar	
		Baru	Lama
Produk	Lama		
	Baru		

Dari sudut pandang kami, program-program IIDC akan berjalan di pasar lama yang telah ada dan akan tetap berkembang di masa mendatang. Akan tetapi, IIDC akan memberikan konsep pusat desain yang sama sekali berbeda, yaitu yang khusus menyelenggarakan pendidikan di bidang desain. IIDC memanfaatkan keahliannya dalam pendidikan desain sebagai keunggulan utama yang melampaui pusat-pusat desain yang telah ada di Indonesia.

Gambar 6. Analisis Lima Daya Porter



Daya tawar para desainer dan fasilitator:

- Para desainer dan fasilitator lokakarya, kelas, dan seminar memiliki daya tawar yang tinggi, terutama di masa mendatang, karena keahlian di bidang desain yang berkesinambungan dan tren internasional sangatlah spesifik dan terbatas.
- Karena daya tawarnya yang tinggi, IIDC harus membangun dan meningkatkan hubungan dengan universitas-universitas di dalam dan luar negeri, para desainer profesional, dan asosiasi-asosiasi desain.

Daya tawar pelanggan:

- Pelanggan memiliki daya tawar yang sedang. Para pelajar dan desainer yang mengikuti program di IIDC ingin menimba pengetahuan tentang desain-desain baru dan tren internasional serta mendapatkan jaringan global. Jasa semacam ini cukup langka di Indonesia, sehingga IIDC dapat menjadi penyedia jasa yang terkemuka.
- Dengan demikian, kepuasan pelanggan perlu ditingkatkan untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Ancaman jasa pengganti:

- Banyak ancaman datang dari universitas-universitas karena mereka juga menyediakan pendidikan desain yang digabung dengan jaringan pemasaran. Akan tetapi, universitas-universitas menawarkan program-program berorientasi gelar yang lebih banyak memanfaatkan waktu untuk belajar tentang konsep-konsep dasar dan penelitian.

- Dengan demikian, diperlukan hubungan yang kuat dengan universitas-universitas dalam dan luar negeri.

Ancaman pendatang baru:

- Ancaman pendatang baru cukup rendah. Sulit untuk membangun jaringan petaruh internasional (dari pelajar hingga pemasok, desainer, pembeli, instansi, dsb.).
- Selain itu, hanya ada sedikit orang yang antusias untuk membangun pusat desain nirlaba yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing bangsa.

Persaingan kompetitif di antara pusat-pusat desain:

- Persaingan kompetitif cukup rendah karena setiap pusat desain memiliki cakupan dan tujuannya sendiri. Misalnya, Pusat Desain Nasional di Jakarta (walaupun didukung oleh universitas-universitas, asosiasi-asosiasi, dan juga pemerintah) lebih berfokus untuk membangun kesadaran para desainer dan industri tentang pentingnya desain dan untuk memotivasi para desainer dan asosiasi untuk memperbarui pengetahuan mereka melalui pameran, perlombaan, dsb. Contoh lainnya adalah Pusat Desain Mebel Jepara; di mana cakupannya lebih menekankan pada aspek geografis dan mebel.
- Dengan demikian diharapkan agar kerjasama dengan pusat-pusat desain lainnya dapat terbina untuk mengoptimalkan semua potensi yang ada.

## 7. RENCANA KEUANGAN

---

Proses pembuatan anggaran modal dari rencana keuangan terdiri dari tiga tahap:

- Penjelasan asumsi-asumsi kunci yang digunakan dalam rencana keuangan.
- Proyeksi laporan laba rugi (pro forma).  
Rincian laporan laba rugi untuk operasi tahun pertama akan disampaikan bersama dengan laporan laba rugi tahunan untuk tahun operasi IIDC kedua dan ketiga.
- Analisis arus kas dan investasi.  
Kami akan membuat suatu analisis arus kas untuk menentukan Nilai Bersih Sekarang (Net Present Value [NPV]), Tingkat Pengembalian Internal (Internal Rate Of Return [IRR]), Tingkat Pengembalian Internal Modifikasi (Modified Internal Rate Of Return [MIRR]), dan jangka waktu pengembalian modal rencana usaha. Variabel-variabel berikut ini digunakan untuk menilai kelayakan proyek dari segi keuangan.

### 7.1. PENJELASAN TENTANG ASUMSI-ASUMSI KUNCI

Untuk menyusun rencana keuangan, kami perlu membuat serangkaian asumsi terperinci tentang kondisi di mana pusat desain akan beroperasi sepanjang tahun. Pertama-tama, kami menentukan spesifikasi peserta dan informasi keuangan terkait sehubungan dengan program-program yang ditawarkan oleh IIDC.

Tabel 5. Asumsi sehubungan dengan Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas untuk Tahun Pertama

I.	Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas (Program Magang)	
	Lamanya program: 3 bulan	
	Jumlah peserta ( <b>perkiraan tahun pertama</b> ):	
	- Pelajar dalam negeri	15-20
	- Pelajar luar negeri	5
	Biaya per program:	
	- Pelajar dalam negeri	500.000
	- Pelajar luar negeri	1.500.000

IIDC akan mengadakan tiga periode program magang dalam satu tahun:

- Periode pertama : September-November
- Periode kedua : Maret-Mei
- Periode ketiga : Juni-Agustus

Pelajar luar negeri hanya akan mengikuti program magang di IIDC selama periode program yang ketiga (Juni-Agustus) selama masa liburan mereka pada tahun pertama operasi. Dengan

demikian, periode program yang pertama dan kedua hanya akan diikuti oleh para pelajar dari dalam negeri.

Selain itu, selama periode program yang kedua dan ketiga pada tahun pertama operasi, jumlah pelajar dalam negeri yang mengikuti program magang akan meningkat menjadi 20 peserta karena semakin meningkatnya kesadaran akan program-program IIDC.

Asumsi-asumsi jumlah peserta untuk tahun program pertama dan ketiga adalah sebagai berikut:

- Tahun kedua (periode pertama program magang):
  - Pelajar dalam negeri : 30 orang.
  - Pelajar luar negeri : 20 orang.
- Tahun ketiga (periode pertama program magang):
  - Pelajar dalam negeri : 40 orang.
  - Pelajar luar negeri : 25 orang.

**Tabel 6. Asumsi sehubungan dengan Lokakarya untuk Tahun Pertama**

II.	Lokakarya	
	Lamanya program : 6 hari	
	Biaya per sesi	2.500.000
	Jumlah peserta	20
	Jumlah pendapatan yang diharapkan	50.000.000

Lokakarya-lokakarya tersebut wajib diikuti oleh para pelajar yang menjalani program magang dan berminat untuk mengembangkan kemampuan-kemampuan praktik di bidang desain. Kami berasumsi bahwa setiap lokakarya akan diikuti oleh 20 peserta dari kalangan umum yang dikenakan biaya sebesar Rp.2.500.000 per lokakarya. Para pelajar magang boleh mengikuti lokakarya secara cuma-cuma. Setiap lokakarya akan berlangsung selama 6 hari.

**Tabel 7. Asumsi sehubungan dengan Seminar untuk Tahun Pertama**

III.	Seminar	
	Lamanya program: 2 hari	
	Biaya per sesi:	1.000.000
	Jumlah peserta	20
	Jumlah pendapatan yang diharapkan	20.000.000

Seminar wajib diikuti oleh para pelajar yang menjalani program magang dan peserta umum yang berminat untuk memperkaya pengetahuan mereka dengan perkembangan-

perkembangan terkini di bidang desain. Kami berasumsi bahwa setiap lokakarya akan dihadiri oleh 20 peserta dari kalangan umum yang akan dikenai biaya sebesar Rp.1.000.000 per program seminar. Para pelajar magang dapat mengikuti seminar secara cuma-cuma. Setiap seminar akan diselenggarakan selama 2 hari.

**Tabel 8. Asumsi sehubungan dengan Publikasi IIDC untuk Tahun Pertama**

IV.	Publikasi IIDC	
	Lamanya program: setiap 3 bulan	
	Harga per edisi:	50.000
	Jumlah edisi yang dipublikasikan	500
	Jumlah pendapatan yang diharapkan	25.000.000

IIDC akan menerbitkan majalah atau jurnal desain triwulan sebanyak 500 eksemplar per edisi, mulai tahun 2009. Perkiraan harga jual majalah adalah Rp.50.000 per edisi.

**Tabel 9. Asumsi sehubungan dengan Pameran untuk Tahun Pertama**

V.	Pameran	
	Lamanya program: 2 hari	
	Jumlah peserta	30
	Biaya sewa stan per peserta	7.500.000
	Jumlah pendapatan yang diharapkan	225.000.000

IIDC akan menggelar pameran desain internasional sebanyak **dua kali setahun**, dan setiap pameran akan berlangsung selama dua hari. Diperkirakan bahwa akan ada 30 peserta nasional maupun internasional yang akan berpartisipasi dalam pameran tersebut. Peserta pameran akan dikenakan biaya sebesar Rp.7.500.000 untuk penyewaan stan pameran.

Pameran tidak dipungut biaya bagi pengunjung sehingga pengunjung bebas mengikuti pameran secara cuma-cuma. Kebijakan ini didasarkan atas pertimbangan bahwa pameran tersebut dirancang untuk menarik sebanyak mungkin pengunjung dan mempromosikan keberadaan industri desain kepada kalangan umum.

Selain itu, pendapatan yang akan dihasilkan dari Klinik Desain dan Jasa Rujukan di tahun kedua operasi IIDC adalah sebagai berikut:

- Klinik Desain : 83.333.333
- Jasa Rujukan : 41.666.667

Selanjutnya dalam tabel berikut ini, kami akan menjelaskan asumsi-asumsi tentang biaya jasa yang diberikan untuk program terkait yang ditawarkan oleh IIDC:

**Tabel 10. Biaya untuk Jasa yang Diberikan untuk Program-program IIDC**

<b>I.</b>	<b>Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas</b>	
	Lamanya program: 3 bulan	
	Jumlah kelas:	2
	Biaya dosen per sesi	1.000.000
	Biaya perlengkapan	1.000.000
	<b>Jumlah biaya</b>	<b>4.000.000</b>
<b>II.</b>	<b>Lokakarya</b>	
	Fasilitator lokakarya	3.600.000
	Biaya sewa	6.000.000
	Biaya material	12.000.000
	<b>Jumlah biaya</b>	<b>21.600.000</b>
<b>III.</b>	<b>Seminar</b>	
	Fasilitator seminar	1.200.000
	Biaya sewa	2.000.000
	<b>Jumlah biaya</b>	<b>3.200.000</b>
<b>IV.</b>	<b>Publikasi IIDC</b>	
	Biaya langsung publikasi (70% dari pendapatan)	17.500.000
<b>V.</b>	<b>Pameran</b>	
	Biaya Pameran (50% dari pendapatan)	12.500.000
<b>VI.</b>	<b>Klinik Desain dan Jasa Rujukan</b>	
	Belanja langsung Klinik Desain (70% dari pendapatan)	58.333.333
	Belanja langsung Jasa Rujukan (70% dari pendapatan)	29.166.667

Jumlah yang disebutkan di atas adalah perkiraan jumlah biaya langsung yang secara langsung dibebankan di awal penyelenggaraan program-program IIDC. Pendapatan setiap program akan dikurangi dengan biaya yang terkait dengan jasa yang diberikan guna mendapatkan hasil margin kotor untuk setiap program IIDC.

Selanjutnya, kami menghitung investasi awal yang diperlukan oleh IIDC untuk berdiri dan beroperasi dengan baik.

**Tabel 11. Pengeluaran Awal IIDC**

<b>Investasi Awal</b>	
Perbaikan infrastruktur	15.000.000
Mebel dan perabotan	25.000.000
Urusan hokum (Izin, Lisensi, Pengacara)	10.000.000
ATK, perlengkapan dan peralatan kantor	15.000.000
Materi perpustakaan dan katalog	20.000.000
Kendaraan operasional (bak terbuka)	80.000.000
Asuransi	10.000.000
Upaya pemasaran awal	20.000.000
Komputer Administrasi (1 set @ 5.000.000)	5.000.000
Komputer Desain (3 set @ 10.000.000)	30.000.000
Modal Kerja (Modal Awal Tunai)	20.000.000
<b>Jumlah investasi awal</b>	<b>250.000.000</b>

Investasi awal menggambarkan secara rinci jumlah biaya yang diperlukan untuk mendirikan dan memulai kegiatan operasional dan program-program IIDC. Jumlah ini akan mempengaruhi analisis kelayakan investasi yang dilakukan di bagian akhir dari rencana keuangan ini.

Selain itu, kami juga perlu menghitung jumlah aktiva tetap yang dimiliki oleh IIDC dan menentukan biaya penyusutan untuk setiap aset setiap tahunnya.

**Tabel 12. Asumsi sehubungan dengan Aktiva Tetap IIDC**

<b>Penjelasan tentang Aktiva Tetap</b>						
<b>Nama Aktiva Tetap</b>	<b>Biaya Perolehan</b>	<b>Umur Ekonomis (Tahun)</b>	<b>Nilai Sisa</b>	<b>Jadwal Penyusutan</b>		
				<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
Mebel dan perabotan	25.000.000	5	-	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Komputer	35.000.000	3	-	11.666.667	11.666.667	11.666.667
Kendaraan operasional (bak terbuka)	80.000.000	20	-	4.000.000	4.000.000	4.000.000
Materi perpustakaan	20.000.000	5	-	4.000.000	4.000.000	4.000.000

Peralatan kantor	10.000.000	5	-	2.000.000	2.000.000	2.000.000
<b>Jumlah</b>				<b>26.666.667</b>	<b>26.666.667</b>	<b>26.666.667</b>

Kemudian kami perlu menentukan biaya modal yang akan digunakan untuk memotong arus kas dan menentukan kelayakan proyek. Karena IIDC tidak akan memanfaatkan hutang jangka panjang untuk membiayai operasinya, kami hanya perlu menentukan biaya modal sendiri (dana) yang ditanamkan dalam yayasan untuk menghitung biaya modal.

Kami menggunakan pendekatan biaya hutang ditambah dengan risiko premi untuk menentukan biaya modal. Ukuran yang digunakan untuk suku bunga bebas risiko di Indonesia adalah 8,25%, kemudian kami tambahkan suku bunga bebas risiko ini dengan premi risiko sebesar 10%. Dengan demikian kami dapat menentukan biaya modal (dana) IIDC yaitu sebagai jumlah dari suku bunga bebas risiko dan premi risiko, yang menghasilkan biaya modal IIDC sebesar 18,25%.

Untuk tahun kedua dan tahun-tahun berikutnya, kami asumsikan bahwa semua pendapatan dan beban (kecuali untuk beban penyusutan) akan meningkat sebesar 10% setiap tahunnya.

## **7.2. LAPORAN LABA RUGI PRO-FORMA**

Berdasarkan asumsi-asumsi yang telah disebutkan dalam bagian sebelumnya, kami dapat menggunakan data tersebut untuk menyusun laporan laba rugi yang terperinci untuk tahun pertama operasi IIDC.

Tabel 13. Proyeksi Laporan Laba Rugi untuk Operasi Tahun Pertama (September-Desember 2008)

Pos	Penjelasan	2008								Subtotal 2008
		September		Oktober		November		Desember		
		Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	
<i>Pendapatan:</i>	<i>Pendapatan per program:</i>									
- Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas	Bervariasi	1/3	2.500.000	1/3	2,500.000	1/3	2.500.000	-	-	7.500.000
- Lokakarya	50.000.000	1	50.000.000	1	50.000.000	1	50.000.000	1	50.000.000	200.000.000
- Seminar	20.000.000	1	20.000.000	1	20.000.000	-	-	-	-	40.000.000
- Pameran	225.000.000	-	-	-	-	-	-	1	225.000.000	225.000.000
- Publikasi IIDC	25.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Jumlah pendapatan</b>			<b>72.500.000</b>		<b>72.500.000</b>		<b>52.500.000</b>		<b>275.000.000</b>	<b>472.500.000</b>
<i>Biaya untuk jasa yang diberikan:</i>	<i>Biaya untuk jasa yang diberikan:</i>									
- Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas	4.000.000	1	4.000.000	1	4.000.000	1	4.000.000	-	-	12.000.000
- Lokakarya	21.600.000	1	21.600.000	1	21.600.000	1	21.600.000	1	21.600.000	86.400.000
- Seminar	3.200.000	1	3.200.000	1	3.200.000	-	-	-	-	6.400.000
- Pameran	112.500.000	-	-	-	-	-	-	1	112.500.000	112.500.000
- Publikasi IIDC	17.500.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Jumlah biaya untuk jasa yang diberikan</b>			<b>28.800.000</b>		<b>28.800.000</b>		<b>25.600.000</b>		<b>134.100.000</b>	<b>217.300.000</b>
<b>Surplus Kotor</b>			<b>43.700.000</b>		<b>43.700.000</b>		<b>26.900.000</b>		<b>140.900.000</b>	<b>255.200.000</b>
<i>Biaya Tak Langsung:</i>	<i>Beban per volume:</i>									
Beban penyusutan	-		2.222.222		2.222.222		2.222.222		2.222.222	8.888.889
Beban pemasaran	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	10.000.000
Beban peralatan & perlengkapan kantor	5.000.000	1	5.000.000	1	5.000.000	1	5.000.000	1	5.000.000	20.000.000

Pos	Penjelasan	2008								Subtotal 2008
		September		Oktober		November		Desember		
		Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	
Beban pemeliharaan aktiva tetap	2.000.000	1	2.000.000	1	2.000.000	1	2.000.000	1	2.000.000	8.000.000
Gaji dewan pembina	2.500.000	3	7.500.000	3	7.500.000	3	7.500.000	3	7.500.000	30.000.000
Gaji dewan pengawas	1.000.000	6	6.000.000	6	6.000.000	6	6.000.000	6	6.000.000	24.000.000
Gaji manajer umum	20.000.000	1	20.000.000	1	20.000.000	1	20.000.000	1	20.000.000	80.000.000
Gaji wakil manager	10.000.000	2	20.000.000	2	20.000.000	2	20.000.000	2	20.000.000	80.000.000
Gaji sekretaris umum	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	10.000.000
Gaji staf administrasi	1.500.000	2	3.000.000	2	3.000.000	2	3.000.000	2	3.000.000	12.000.000
Gaji pesuruh kantor	1.000.000	2	2.000.000	2	2.000.000	2	2.000.000	2	2.000.000	8.000.000
Gaji desainer	4.000.000	2	8.000.000	2	8.000.000	2	8.000.000	2	8.000.000	32.000.000
<b>Jumlah beban</b>			<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>	<b>322.888.889</b>
<b>Surplus bersih (defisit) sebelum pajak</b>			<b>(37.022.222)</b>		<b>(37.022.222)</b>		<b>(53.822.222)</b>		<b>60.177.778</b>	<b>(67.688.889)</b>

Tabel 14. Perkiraan Laporan Laba Rugi untuk Operasi Tahun Pertama (Januari-Agustus 2009)

Pos	Penjelasan	2009																Subtotal 2009	JUMLAH
		Januari		Februari		Maret		April		Mei		Juni		Juli		Agustus			
		Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah		
<i>Pendapatan:</i>	<i>Pendapatan per program:</i>																		
- Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas	Bervariasi	-	-	-	-	1/3	3 333 333	1/3	3 333 333	1/3	3 333 333	1/3	8 333 333	1/3	8 333 333	1/3	8 333 333	35.000.000	42.500.000
- Lokakarya	50 000 000	2	100 000 000	1	50 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	750.000.000	950.000.000
- Seminar	20 000 000	-	-	1	20 000 000	2	40 000 000	2	40 000 000	-	-	2	40 000 000	-	-	-	-	140.000.000	180.000.000
- Pameran	225 000 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	225 000 000	-	-	225.000.000	450.000.000
- Publikasi IIDC	25 000 000	-	-	1	25 000 000	-	-	-	-	1	25 000 000	-	-	-	-	1	25 000 000	75.000.000	75.000.000
<b>Jumlah pendapatan</b>			100 000 000		95 000 000		143 333 333		143 333 333		128 333 333		148 333 333		333 333 333		133 333 333	1.225.000.000	1.697.500.000
<i>Biaya untuk jasa yang diberikan:</i>	Biaya untuk jasa yang diberikan:																		
- Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas	4 000 000	-	-	-	-	1	4 000 000	1	4 000 000	1	4 000 000	1	4 000 000	1	4 000 000	1	4 000 000	24.000.000	36.000.000
- Lokakarya	21 600 000	2	43 200 000	1	21 600 000	2	43 200 000	2	43 200 000	2	43 200 000	2	43 200 000	2	43 200 000	2	43 200 000	324.000.000	410.400.000
- Seminar	3 200 000	-	-	1	3 200 000	2	6 400 000	2	6 400 000	-	-	2	6 400 000	-	-	-	-	22.400.000	28.800.000
- Pameran	112 500 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	112 500 000	-	-	112.500.000	225.000.000
- Publikasi IIDC	17 500 000	-	-	1	17 500 000	-	-	-	-	1	17 500 000	-	-	-	-	1	17 500 000	52.500.000	52.500.000
<b>Jumlah biaya untuk jasa yang diberikan</b>			43 200 000		42 300 000		53 600 000		53 600 000		64 700 000		53 600 000		159 700 000		64 700 000	535.400.000	752.700.000
Surplus kotor			56 800 000		52 700 000		89 733 333		89 733 333		63 633 333		94 733 333		173 633 333		68 633 333	689.600.000	944.800.000
<i>Biaya Tak Langsung:</i>	Beban per volume:																		
Beban penyusutan	-		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222	17.777.778	26.666.667
Beban pemasaran	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	20.000.000	30.000.000
Beban peralatan & perlengkapan kantor	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	40.000.000	60.000.000

Pos	Penjelasan	2009																Subtotal 2009	JUMLAH
		Januari		Februari		Maret		April		Mei		Juni		Juli		Agustus			
		Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah		
Beban pemeliharaan aktiva tetap	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	16.000.000	24.000.000
Gaji dewan pembina	2 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	60.000.000	90.000.000
Gaji dewan pengawas	1 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	48.000.000	72.000.000
Gaji manajer umum	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	160.000.000	240.000.000
Gaji wakil manager	10 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	160.000.000	240.000.000
Gaji sekretaris umum	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	20.000.000	30.000.000
Gaji staf administrasi	1 500 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	24.000.000	36.000.000
Gaji pesuruh kantor	1 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	16.000.000	24.000.000
Gaji desainer	4 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	64.000.000	96.000.000
<b>Jumlah beban</b>			80 722 222		80 722 222		80 722 222		80 722 222		80 722 222		80 722 222		80 722 222		80 722 222	645.777.778	968.666.667
<b>Surplus bersih (defisit) sebelum pajak</b>			(23.922.222)		28.022.222)		9.011.111		9.011.111		(17.088.889)		14.011.111		92.911.111		(12.088.889)	43.822.222	(23.866.667)
<b>Pajak penghasilan</b>																			2.386.667
<b>Surplus bersih (defisit) setelah pajak</b>																			(21.480.000)

**Tabel 15. Perkiraan Laporan Laba Rugi Tahunan**

Mata	Tahun		
	2008-2009	2009-2010	2010-2011
<i>Pendapatan:</i>			
- Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas	42.500.000	82.500.000	117.975.000
- Lokakarya	950.000.000	1.045.000.000	1.149.500.000
- Seminar	180.000.000	198.000.000	217.800.000
- Pameran	450.000.000	495.000.000	544.500.000
- Publikasi IIDC	75.000.000	82.500.000	90.750.000
- Klinik Desain	-	83.333.333	91.666.666
- Jasa Rujukan	-	41.666.667	45.833.334
Jumlah pendapatan	1.697.500.000	2.028.000.000	2.258.025.000
<i>Biaya untuk jasa yang diberikan:</i>			
- Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas	36.000.000	39.600.000	43.560.000
- Lokakarya	410.400.000	451.440.000	496.584.000
- Seminar	28.800.000	31.680.000	34.848.000
- Pameran	225.000.000	247.500.000	272.250.000
- Publikasi IIDC	52.500.000	57.750.000	63.525.000
- Klinik Desain	-	58.333.333	64.166.666
- Jasa Rujukan	-	29.166.667	32.083.334
Jumlah biaya untuk jasa yang diberikan	752.700.000	915.470.000	1.007.017.000
Surplus kotor	944.800.000	1.112.530.000	1.251.008.000
<i>Biaya Tak Langsung:</i>			
Beban penyusutan	26.666.667	26.666.667	26.666.667
Beban pemasaran	30.000.000	33.000.000	36.300.000
Beban kantor	60.000.000	66.000.000	72.600.000
Beban pemeliharaan aktiva tetap	24.000.000	26.400.000	29.040.000
Gaji dewan pembina	90.000.000	99.000.000	108.900.000
Gaji dewan pengawas	72.000.000	79.200.000	87.120.000
Gaji manajer umum	240.000.000	264.000.000	290.400.000
Gaji wakil manager	240.000.000	264.000.000	290.400.000
Gaji sekretaris umum	30.000.000	33.000.000	36.300.000
Gaji staf administrasi	36.000.000	39.600.000	43.560.000
Gaji pesuruh kantor	24.000.000	26.400.000	29.040.000
Gaji desainer	96.000.000	105.600.000	116.160.000
Jumlah beban	968.666.667	1.062.866.667	1.166.486.667
Surplus kerja (defisit) sebelum pajak	23.866.667	49.663.333	84.521.333
Pajak penghasilan	2.386.667	(4.966.333)	10.178.200
<b>Surplus bersih (defisit) setelah pajak</b>	<b>(21.480.000)</b>	<b>4.697.000</b>	<b>74.343.133</b>

**Asumsi-asumsi kunci:**

- Angka peningkatan pendapatan dan beban tahunan : 10%

- Jumlah laba kotor (pendapatan dikurangi biaya langsung) dari penghasilan tambahan pada tahun 2009:
  - Klinik Desain : Rp.25.000.000
  - Jasa Rujukan : Rp.12.500.000

### 7.3. ANALISIS ARUS KAS DAN INVESTASI

Tabel 16. Laporan Perkiraan Arus Kas Bulanan untuk Operasi Tahun Pertama (September-Desember 2008)

Mata	Penjelasan	2008								Subtotal 2008
		September		Oktober		November		Desember		
		Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	
<i>Pendapatan:</i>	<i>Pendapatan per program:</i>									
- Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas	Bervariasi	1/3	2.500.000	1/3	2.500.000	1/3	2.500.000	-	-	7.500.000
- Lokakarya	50.000.000	1	50.000.000	1	50.000.000	1	50.000.000	1	50.000.000	200.000.000
- Seminar	20.000.000	1	20.000.000	1	20.000.000	-	-	-	-	40.000.000
- Pameran	225.000.000	-	-	-	-	-	-	1	225.000.000	225.000.000
- Publikasi IIDC	25.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Jumlah pendapatan</b>			<b>72.500.000</b>		<b>72.500.000</b>		<b>52.500.000</b>		<b>275.000.000</b>	<b>472.500.000</b>
<i>Biaya untuk jasa yang diberikan:</i>	<i>Biaya untuk jasa yang diberikan:</i>									
- Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas	2.000.000	1	4.000.000	1	4.000.000	1	4.000.000	-	-	12.000.000
- Lokakarya	17.100.000	1	21.600.000	1	21.600.000	1	21.600.000	1	21.600.000	86.400.000
- Seminar	2.700.000	1	3.200.000	1	3.200.000	-	-	-	-	6.400.000
- Pameran	112.500.000	-	-	-	-	-	-	1	112.500.000	112.500.000
- Publikasi IIDC	17.500.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Jumlah biaya untuk jasa yang diberikan</b>			<b>28.800.000</b>		<b>28.800.000</b>		<b>25.600.000</b>		<b>134.100.000</b>	<b>217.300.000</b>
Surplus kotor			43.700.000		43.700.000		26.900.000		140.900.000	255.200.000
<i>Biaya Tak Langsung:</i>	<i>Beban per volume:</i>									
Beban penyusutan	-		2.222.222		2.222.222		2.222.222		2.222.222	8.888.889
Beban pemasaran	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	10.000.000

Mata	Penjelasan	2008								Subtotal 2008
		September		Oktober		November		Desember		
		Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	Volume	Jumlah	
Beban peralatan dan perlengkapan kantor	5.000.000	1	5.000.000	1	5.000.000	1	5.000.000	1	5.000.000	20.000.000
Beban pemeliharaan aktiva tetap	2.000.000	1	2.000.000	1	2.000.000	1	2.000.000	1	2.000.000	8.000.000
Gaji dewan pembina	2.500.000	3	7.500.000	3	7.500.000	3	7.500.000	3	7.500.000	30.000.000
Gaji dewan pengawas	1.000.000	6	6.000.000	6	6.000.000	6	6.000.000	6	6.000.000	24.000.000
Gaji manajer umum	20.000.000	1	20.000.000	1	20.000.000	1	20.000.000	1	20.000.000	80.000.000
Gaji wakil manager	7.500.000	2	20.000.000	2	20.000.000	2	20.000.000	2	20.000.000	80.000.000
Gaji sekretaris umum	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	1	2.500.000	10.000.000
Gaji staf administrasi	1.500.000	2	3.000.000	2	3.000.000	2	3.000.000	2	3.000.000	12.000.000
Gaji pesuruh kantor	1.000.000	2	2.000.000	2	2.000.000	2	2.000.000	2	2.000.000	8.000.000
Gaji desainer	4.000.000	2	8.000.000	2	8.000.000	2	8.000.000	2	8.000.000	32.000.000
<b>Jumlah beban</b>			<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>	<b>322.888.889</b>
<b>Surplus bersih (defisit) sebelum pajak</b>			<b>(37.022.222)</b>		<b>(37.022.222)</b>		<b>(53.822.222)</b>		<b>60.177.778</b>	<b>(67.688.889)</b>
<b>Ditambah: Beban penyusutan</b>			<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>	<b>8.888.889</b>
<b>Hibah Luar Negeri</b>			<b>-</b>		<b>-</b>		<b>-</b>		<b>100.000.000</b>	<b>100.000.000</b>
Arus kas bersih		-	(34.800.000)	-	(34.800.000)	-	(51.600.000)	-	162.400.000	41.200.000

Tabel 17. Laporan Perkiraan Arus Kas Bulanan untuk Operasi Tahun Pertama (Januari-Agustus 2009)

Items	Description	2009																Subtotal 2009	JUMLAH		
		Januari		Februari		Maret		April		Mei		Juni		Juli		Agustus					
		Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah				
<i>Pendapatan:</i>	<i>Pendapatan per program:</i>																				
- Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas	Bervariasi	-	-	-	-	1/3	3 333 333	1/3	3 333 333	1/3	3 333 333	1/3	8 333 333	1/3	8 333 333	1/3	8 333 333	1/3	8 333 333	35.000.000	42.500.000
- Lokakarya	50 000 000	2	100 000 000	1	50 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	2	100 000 000	750.000.000	950.000.000
- Seminar	20 000 000	-	-	1	20 000 000	2	40 000 000	2	40 000 000	-	-	2	40 000 000	-	-	-	-	-	-	140.000.000	180.000.000
- Pameran	225 000 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	225 000 000	-	-	-	-	225.000.000	450.000.000
- Publikasi IIDC	25 000 000	-	-	1	25 000 000	-	-	-	-	1	25 000 000	-	-	-	-	1	25 000 000	-	-	75.000.000	75.000.000
<b>Jumlah pendapatan</b>			<b>100.000.000</b>		<b>95.000.000</b>		<b>143.333.333</b>		<b>143.333.333</b>		<b>128.333.333</b>		<b>148.333.333</b>		<b>333.333.333</b>		<b>133.333.333</b>		<b>1.225.000.000</b>		<b>1.697.500.000</b>
<i>Biaya untuk jasa yang diberikan:</i>	<i>Biaya untuk jasa yang diberikan per program:</i>																				
- Kelas Pelatihan Desain dan Kreativitas	2 000 000	-	-	-	-	1	4 000 000	1	4 000 000	1	4 000 000	1	4 000 000	1	4 000 000	1	4 000 000	1	4 000 000	24.000.000	36.000.000
- Lokakarya	17 100 000	2	43 200 000	1	21 600 000	2	43 200 000	2	43 200 000	2	43 200 000	2	43 200 000	2	43 200 000	2	43 200 000	2	43 200 000	324.000.000	410.400.000
- Seminar	2 700 000	-	-	1	3 200 000	2	6 400 000	2	6 400 000	-	-	2	6 400 000	-	-	-	-	-	-	22.400.000	28.800.000
- Pameran	112 500 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	112 500 000	-	-	-	-	112.500.000	225.000.000
- Publikasi IIDC	17 500 000	-	-	1	17 500 000	-	-	-	-	1	17 500 000	-	-	-	-	1	17 500 000	-	-	52.500.000	52.500.000
<b>Jumlah biaya untuk jasa yang diberikan</b>			<b>43.200.000</b>		<b>42.300.000</b>		<b>53.600.000</b>		<b>53.600.000</b>		<b>64.700.000</b>		<b>53.600.000</b>		<b>159.700.000</b>		<b>64.700.000</b>		<b>535.400.000</b>		<b>752.700.000</b>
Surplus kotor			56 800 000		52 700 000		89 733 333		89 733 333		63 633 333		94 733 333		173 633 333		68 633 333		689.600.000		944.800.000
<i>Biaya Tak Langsung:</i>	<i>Beban per volume:</i>																				
Beban penyusutan	-		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222		2 222 222	17.777.778	26.666.667
Beban pemasaran	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	20.000.000	30.000.000
Beban peralatan dan perlengkapan kantor	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	1	5 000 000	40.000.000	60.000.000
Beban	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	1	2 000 000	16.000.000	24.000.000

Items	Description	2009																Subtotal 2009	JUMLAH		
		Januari		Februari		Maret		April		Mei		Juni		Juli		Agustus					
		Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah	Vol	Jumlah				
pemeliharaan aktiva tetap																					
Gaji dewan pembina	2 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	3	7 500 000	60.000.000	90.000.000
Gaji dewan pengawas	1 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	6	6 000 000	48.000.000	72.000.000
Gaji manajer umum	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	1	20 000 000	160.000.000	240.000.000
Gaji wakil manager	7 500 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	2	20 000 000	160.000.000	240.000.000
Gaji sekretaris umum	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	1	2 500 000	20.000.000	30.000.000
Gaji staf administrasi	1 500 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	2	3 000 000	24.000.000	36.000.000
Gaji pesuruh kantor	1 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	2	2 000 000	16.000.000	24.000.000
Gaji desainer	4 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	2	8 000 000	64.000.000	96.000.000
<b>Jumlah beban</b>			<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>		<b>80.722.222</b>	<b>645.777.778</b>	<b>968.666.667</b>
<b>Surplus bersih (defisit) sebelum pajak</b>			<b>(23.922.222)</b>		<b>(28.022.222)</b>		<b>9.011.111</b>		<b>9.011.111</b>		<b>(17.088.889)</b>		<b>14.011.111</b>		<b>92.911.111</b>		<b>(12.088.889)</b>		<b>43.822.222</b>	<b>43.822.222</b>	<b>(23.866.667)</b>
Ditambah: Beban penyusutan																					2.386.667
Hibah Luar Negeri																					(21.480.000)
<b>Arus kas bersih</b>			<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>		<b>2.222.222</b>	<b>17.777.778</b>	<b>26.666.667</b>
<b>Surplus bersih (defisit) sebelum pajak</b>			<b>-</b>		<b>-</b>		<b>-</b>		<b>-</b>		<b>-</b>		<b>-</b>		<b>-</b>		<b>-</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100.000.000</b>
Ditambah: Beban penyusutan			<b>(21.700.000)</b>		<b>(25.800.000)</b>		<b>11.233.333</b>		<b>11.233.333</b>		<b>(14.866.667)</b>		<b>16.233.333</b>		<b>(9.866.667)</b>		<b>61.600.000</b>		<b>61.600.000</b>	<b>61.600.000</b>	<b>105.186.667</b>

Sebelum kami dapat menerapkan teknik analisis investasi dalam rencana keuangan, kami perlu memperluas laporan arus kas tahunan IIDC untuk tiga periode. Berikut ini adalah laporan arus kas tahunan IIDC:

**Tabel 18. Laporan Arus Kas Tahunan**

Mata	Periode			
	<i>Beban Awal</i>	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Surplus kerja sebelum pajak		(23.866.667)	49.663.333	84.521.333
Pajak penghasilan		2.386.667	(4.966.333)	(10.178.200)
Surplus kerja setelah pajak		(21.480.000)	44.697.000	74.343.133
Beban penyusutan		26.666.667	26.666.667	26.666.667
<i>Kontribusi:</i>				
<i>Badan internasional</i>		70.000.000	70.000.000	70.000.000
<i>Pembeli</i>		30.000.000	30.000.000	30.000.000
<b>Arus kas bersih</b>	<b>(250.000.000)</b>	<b>105.186.667</b>	<b>171.363.667</b>	<b>201.009.800</b>
Arus kas kumulatif	(250.000.000)	(144.813.333)	26.550.333	227.560.133
Biaya dana	18,25%			
<b>Analisis investasi</b>				
NPV	Rp83.070.131,01			
IRR	36%			
MIRR	30%			
Jangka waktu pengembalian modal	1,8451 year			

Jumlah NPV menunjukkan angka yang sangat positif yaitu sebesar Rp.83.070.131,01 yang mengindikasikan hasil yang baik. Selanjutnya, angka IRR adalah 36%, menunjukkan angka yang layak dibandingkan dengan biaya modal (18,25%). MIRR juga mengungkapkan hasil serupa dengan angka aman sebesar 30%. Selain itu, jangka waktu pengembalian hasil investasi yang mengindikasikan periode di mana jumlah uang yang diinvestasikan akan balik modal adalah 1,9 tahun; yang dapat diartikan sebagai investasi yang baik.

Dengan menggunakan semua teknik analisis kelayakan investasi di atas, dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan IIDC memungkinkan untuk dicapai.



**SENADA – Program Daya Saing Indonesia**

Gedung BRI II, Lt. 8, Suite 805

Jl. Jendral Sudirman No. 44 – 46

Jakarta 10210

[www.senada.or.id](http://www.senada.or.id)